

Distr.
RESTRINGIDA

LC/MEX/R.690 (SEM.92/6)
12 de febrero de 1999

ORIGINAL: ESPAÑOL

CEPAL

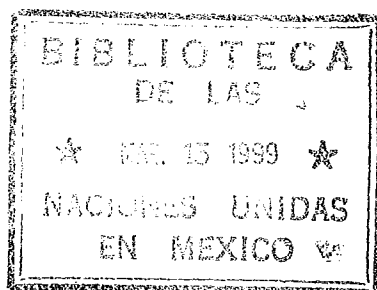
Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Reunión de Expertos sobre el Turismo en el
Istmo Centroamericano y la República Dominicana

México, D.F., 25 y 26 de febrero de 1999

**ISTMO CENTROAMERICANO Y LA REPÚBLICA DOMINICANA:
INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

Estadísticas básicas

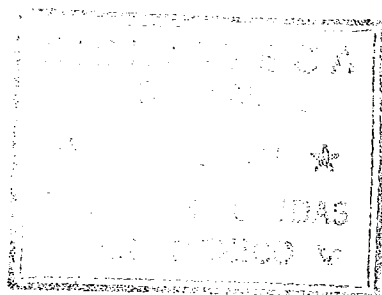


Este documento fue elaborado por el consultor Alfonso Mendieta, en el marco del "Programa regional para el fortalecimiento del comercio exterior de servicios en la integración centroamericana" (BT-HOL-7-086). Las opiniones expresadas en él son de la exclusiva responsabilidad del autor y pueden no coincidir con las de la Organización.

99-2-12

ÍNDICE

	<u>Página</u>
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. CUENTA SATÉLITE DE TURISMO	10
III. LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA SOBRE TURISMO EN EL ISTMO CENTROAMERICANO Y LA REPÚBLICA DOMINICANA	15
1. Turismo mundial.....	22
2. Principales países receptores de turismo internacional.....	25
3. Turismo internacional en América	26
4. Turismo internacional en el Istmo Centroamericano y la República Dominicana	28
BIBLIOGRAFÍA.....	37
 <u>Anexos:</u>	
I Algunas encuestas sobre turismo	45
II Anexo estadístico	57



I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, tanto organismos internacionales como los propios gobiernos de los países se han propuesto desarrollar mejores técnicas de medición estadística de las actividades turísticas con el objeto de poder observar de manera más real y directa el impacto que el turismo tiene sobre el desempeño de la economía nacional.

También ha sido necesario lograr un acuerdo internacional entre todos los organismos e instituciones encargados de recopilar datos estadísticos relacionados con el turismo para determinar mecanismos, conceptos y definiciones de las actividades turísticas características.

Al construir un sistema homogéneo de estadísticas turísticas internacionales, quedarán asentadas las condiciones para poder realizar una adecuada comparación del desempeño y evolución del sector turístico en cada país, así como para mejorar la toma de decisiones en las estrategias de desarrollo del sector.

El primer intento por desarrollar un acuerdo internacional para la determinación de los conceptos y actividades turísticos estuvo a cargo del Consejo de la Liga de Naciones en 1937, donde se trató de unificar el concepto de "turista internacional". La iniciativa tuvo escaso eco en los países hasta que la Comisión Estadística de las Naciones Unidas (1953) dio consenso internacional a la definición de dicho concepto. En 1968, tras una evaluación de la propuesta realizada por la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de Viaje (IUOTO, por sus siglas en inglés) sobre los conceptos de "visitante, turista y excursionista", la Comisión Estadística de las Naciones Unidas aprobó dichos conceptos (OMT, 1995).

En 1976, en su decimonovena sesión, la Comisión Estadística de las Naciones Unidas aprobó los lineamientos provisionales para la obtención de estadísticas de turismo internacional, los cuales fueron publicados y difundidos ampliamente en 1978 (OMT, 1995).

Desde entonces, un gran número de organizaciones internacionales han participado en la realización de los lineamientos para la elaboración de las estadísticas de turismo internacional. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la IUOTO, que posteriormente se transformaría en la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Sistema de Cuentas Nacionales, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Oficina de Estadísticas de la Comunidad Europea (EUROSTAT), la Asociación de Viajes Asia Pacífico (PATA) y la Organización de Turismo del Caribe (CTO), han realizado contribuciones importantes para la creación de un marco homogéneo internacional de estadísticas de turismo (UN, OMT, 1994).

Actualmente, es la OMT quien se encarga de mantener la coordinación entre las distintas instituciones participantes en el proceso de construcción de un marco estadístico internacional mediante la organización de conferencias y talleres; además, es la encargada de recopilar las estadísticas mundiales de turismo de sus países asociados. Con la publicación de manuales que presentan los resultados de las distintas conferencias y talleres, la OMT pone al alcance de los

gobiernos, el sector privado y todos los interesados en el desarrollo del sector turismo, recomendaciones de mecanismos y métodos para lograr una adecuada recopilación de las estadísticas de las actividades de turismo, así como su difusión y homogeneización en todo el mundo.

Sin embargo, el rápido crecimiento del turismo, su naturaleza e importancia en la economía, así como la creciente interrelación y reducción de barreras políticas y económicas entre los países, demandaron mejores formas de medición de la actividad turística (UN, OMT, 1994). Más allá de los conceptos y definiciones tradicionales, se requieren datos estadísticos que permitan mejorar el conocimiento y los análisis del sector para que los agentes que lo componen puedan tomar decisiones con eficacia.

Es fundamental el conocimiento del impacto económico que tienen todas las actividades relacionadas con el turismo y las interacciones que existen entre ellas. Se podrá evaluar entonces de una manera directa la importancia real de la actividad turística en la economía nacional y trabajar sobre medidas más adecuadas para la promoción del crecimiento y el desarrollo del turismo.

En 1991, la OMT y el Gobierno de Canadá organizaron conjuntamente la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viaje y Turismo en Ottawa. Representantes de instituciones gubernamentales, organismos internacionales, empresarios, y todo aquel relacionado con la actividad turística, se reunieron para acordar recomendaciones que permitieran determinar conceptos, definiciones y clasificaciones internacionales relativos a los elementos básicos del turismo, la demanda y la oferta turísticas y el gasto en turismo (OMT, 1995).

El objetivo era desarrollar, dentro del marco conceptual de estadísticas macroeconómicas existentes y adoptadas por todos los países, el Sistema de Cuentas Nacionales y el Balance de Pagos, un método particular capaz de representar las relaciones de oferta y demanda entre las actividades económicas relativas al turismo e identificar sus efectos directos en el empleo, la inversión y el comercio exterior, entre otros.

En 1994, desde esta perspectiva, la OMT presentó un conjunto de recomendaciones surgidas de la Conferencia realizada en Ottawa, que permitirían crear el marco general para la elaboración de estadísticas de turismo. Dos aspectos principales destacan en estas recomendaciones. Primero, la definición de los conceptos generales de turismo y, segundo, la clasificación específica de las actividades productivas del turismo según la Clasificación Internacional Standard de Actividades de Turismo (OMT, 1997a).

El interés por generar estadísticas confiables y de acuerdo a conceptos y definiciones internacionales no surge sólo como necesidad de los gobiernos por tener elementos de análisis para el sector, sino también de los propios empresarios y todos los agentes económicos que participan en la actividad turística (asociaciones independientes e instituciones académicas interesadas en su desempeño), que deben contar con la información adecuada para conocer la situación actual del sector y sus perspectivas en la economía nacional.

El conocimiento de la información sobre oferta y demanda de las actividades y productos turísticos, así como de las características básicas del turismo (número de viajeros, gastos realizados, destino y procedencia de los viajes, medios por el que viajan, número de establecimientos turísticos,

entre otros), son necesarios para el análisis de estrategias de mercado, estrategias de inversión, desarrollo de recursos humanos y, en general, para desarrollar políticas eficientes de promoción del sector.

La OMT, con el objeto de dar difusión internacional a sus recomendaciones sobre los conceptos, definiciones y clasificaciones, publicó una serie de manuales que son usados tanto por instituciones gubernamentales, como por académicos y empresarios del sector privado que participan en la actividad turística. Para desarrollar un lenguaje común de estadísticas de turismo, la OMT ha elaborado un marco referencial de términos, conceptos y definiciones que han conseguido una aceptación internacional.

Conceptos y definiciones

Para lograr un mayor entendimiento del sector turismo y las actividades económicas que lo componen, se presentan a continuación algunos de los principales conceptos de turismo según la OMT (1995).

La definición tradicional de turismo es denotada básicamente como un concepto de demanda¹ y se refiere a todas aquellas actividades que realizan las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor a un año y con motivos de ocio, diversión, negocios u otros.

El participante principal del turismo es aquella persona que realiza un viaje, distinguiéndose de cualquier otro viajero como visitante. Mientras el viajero es cualquier persona que viaja de un lugar a otro, visitante es aquel que viaja a otro lugar distinto de su entorno habitual por menos de 12 meses consecutivos y que no pretende ejercer actividades remuneradas en el lugar que visita. Existen dos tipos de visitante: el internacional, que es aquel visitante que viaja a un país distinto al de su residencia, y el doméstico, que viaja sin salir del país en el que reside.

Tradicionalmente, el concepto de turista se ha utilizado para los visitantes que permanecen una noche o más en el lugar que visitan y se complementa con el visitante de un solo día o excursionista. Juntos forman el conjunto de visitantes que actúan en el turismo.

El siguiente concepto de importancia utilizado para la definición de visitante es el de entorno usual, que es determinante para la realización del turismo. El entorno usual es el lugar que la persona visita frecuentemente aunque éste se encuentre a una larga distancia; también es aquel lugar cercano al de residencia de la persona aunque no sea visitado frecuentemente; por tanto, el entorno usual es un área determinada alrededor del lugar de residencia. Conforme a esta definición, es difícil definir un entorno usual preciso, ya que su extensión depende de las distancias particulares en cada caso. De cualquier manera, generalmente las personas saben con precisión cuál es su entorno usual de acuerdo con sus actividades cotidianas y, por tanto, saben también cuándo salen de él

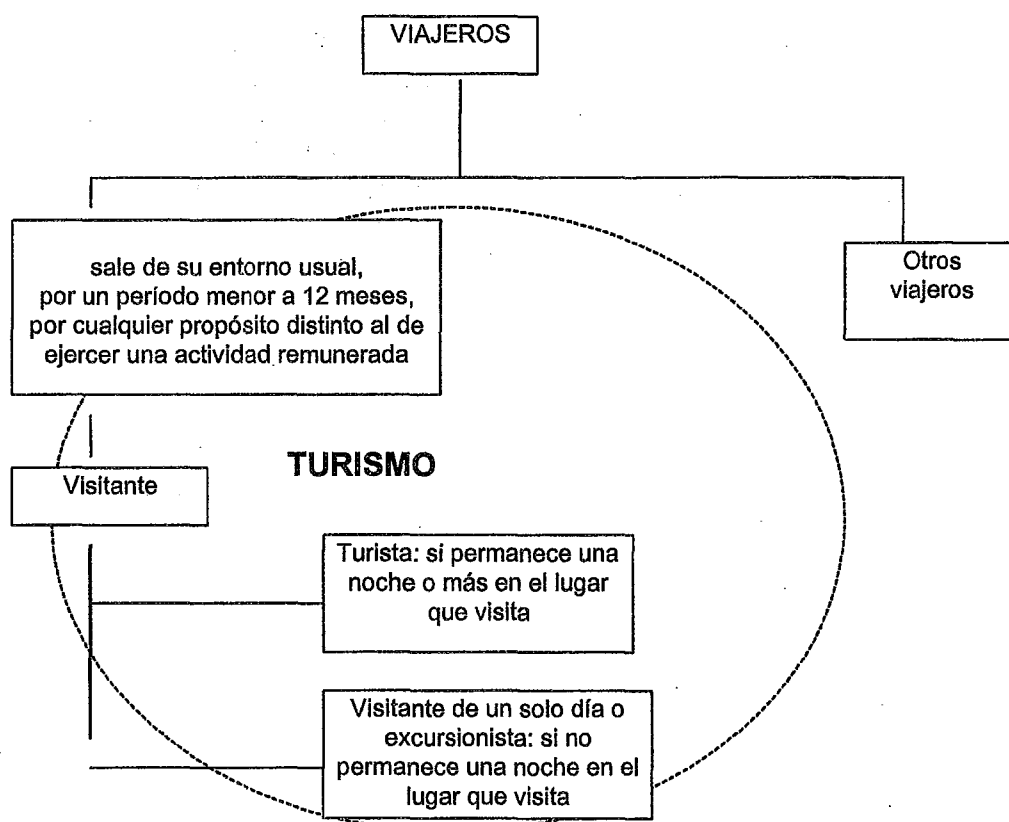
¹ Esto se refiere sólo al concepto básico tradicional de turismo, ya que, como se ha dicho, abarca un conjunto de actividades diversas que tienen su origen tanto en la demanda como en la oferta.

teniendo en cuenta la frecuencia y la distancia de sus viajes, lo que facilita la caracterización del visitante a la hora de realizar encuestas o mediciones.

La definición de visitante marca claramente las restricciones para considerar a la persona que viaja como turista. Así, existe un cierto número de personas que, por salir de su entorno usual, pudieran considerarse como turistas, pero que sin embargo no cumplen con el resto de las características. Tales pueden ser:

- a) Personas que viajan dentro de su entorno usual (trabajadores fronterizos).
- b) Personas que cambian de lugar de residencia (migrantes, ya sea dentro de su propio país o hacia otro).
- c) Personas sin lugar fijo de residencia (nómadas, refugiados).
- d) Personas que viajan a otro lugar donde son remunerados (trabajadores temporales, conferencistas, artistas).
- e) Otras personas excluidas por convención como pasajeros de tránsito que no entran oficialmente al país, militares, diplomáticos y representantes consulares y prisioneros.

Gráfico 1



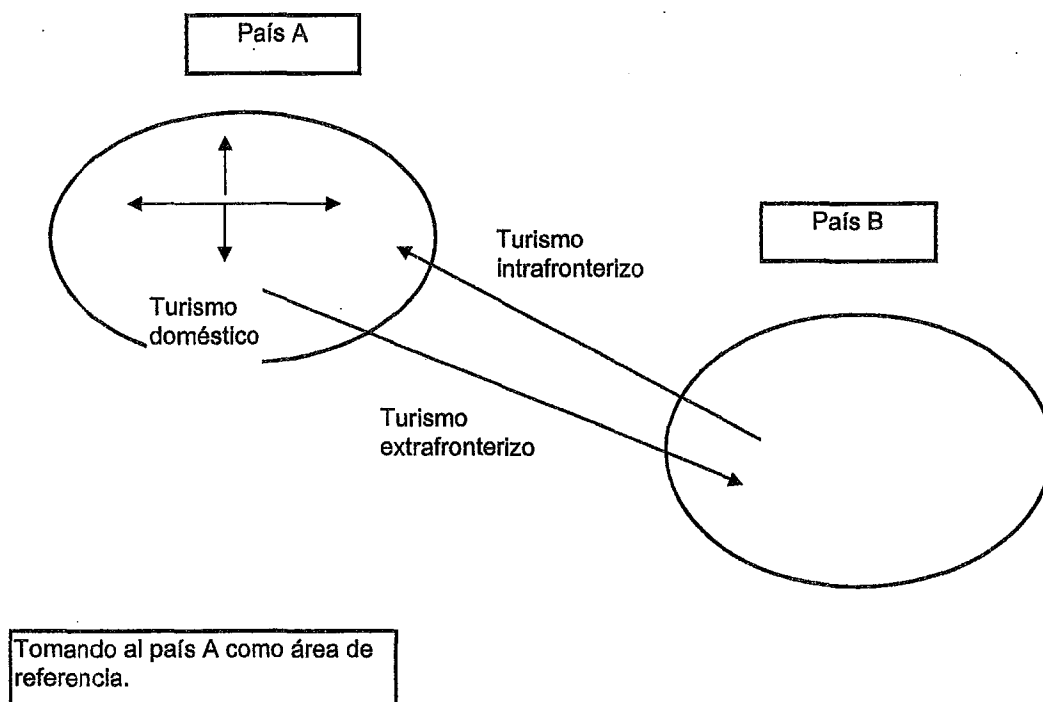
Según la OMT, se distinguen tres categorías principales de turismo:

- a) El turismo doméstico, que es el que realizan los residentes de una área determinada, básicamente un país, al viajar como visitantes dentro de esa área.
- b) El turismo intrafronterizo, que es el que realizan los no residentes de un área determinada al entrar en ella.
- c) El turismo extrafronterizo, que es el que realizan los residentes de un área determinada al salir hacia otra área.

Así, tomando a un determinado país como referencia, podemos encontrar en él distintos tipos de turismo:

- a) El *turismo interno*, que comprende al turismo doméstico y al turismo intrafronterizo.
- b) El *turismo nacional*, que comprende al turismo doméstico y al turismo extrafronterizo.
- c) El *turismo internacional*, que comprende al turismo intrafronterizo y al turismo extrafronterizo.

Gráfico 2



Se ha determinado también un conjunto de variables que se verán afectadas por la realización de la actividad turística de los visitantes, su impacto en la economía y la relación entre la oferta y la demanda de las actividades involucradas.

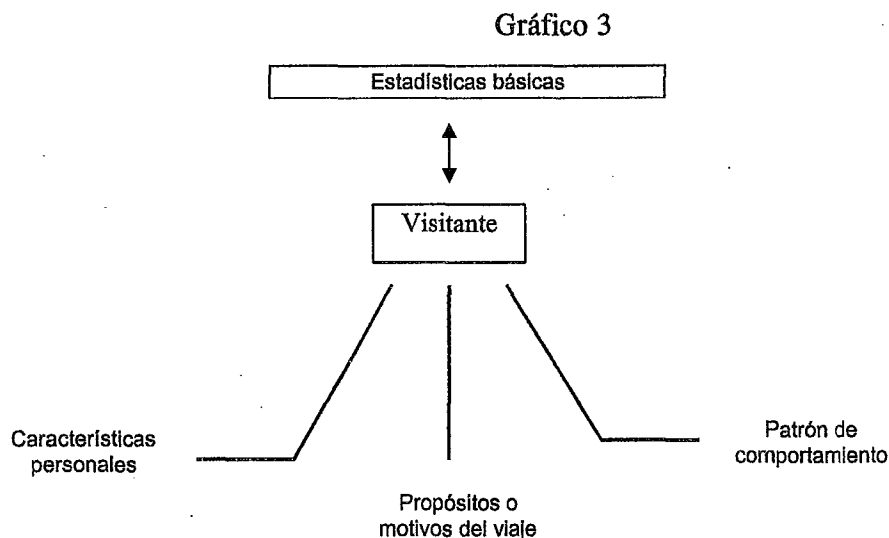
Algunas de las variables recomendadas por la OMT para considerarse dentro del conjunto de estadísticas básicas para la medición del turismo tienen que ver principalmente con las características del visitante, fundamentalmente de tipo socioeconómico: a) características personales del visitante como sexo, edad, nivel de educación, ocupación, estado civil, etc; b) propósitos o motivos del viaje, y c) patrón de comportamiento antes, durante y después del viaje.

Los motivos por los que viajan los visitantes, y que son distintos al de ejercer un trabajo remunerado en el lugar visitado, son:

- a) Ocio, diversión y vacaciones.
- b) Visita de amigos o familiares.
- c) Negocios.
- d) Tratamiento médico.
- e) Religión y peregrinaciones.
- f) Otros.

Los medios de transporte que los visitantes utilizan para realizar sus viajes se pueden clasificar como transporte aéreo, transporte marítimo y transporte terrestre.

El tercer elemento relativo al patrón de comportamiento del visitante se refiere al gasto en turismo.



Si bien tradicionalmente el gasto en turismo se ha visto sólo como el consumo de bienes y servicios por las personas, este concepto tiene implicaciones mucho más amplias. El consumo de estos bienes y servicios genera empleo, inversión, desarrollo de nuevos productos, y otros factores fundamentales que deben considerarse en el análisis del sector turismo.

El gasto en turismo se refiere al conjunto de gastos que realizan los visitantes en la preparación de su viaje, durante el viaje y estadía, e incluso a su regreso.² Se puede clasificar según las distintas categorías de turismo mencionadas anteriormente.

El análisis de esta variable es muy importante, ya que permite detectar de una manera precisa los sectores productores de bienes y servicios que participan en las distintas actividades turísticas y, por tanto, hacer estimaciones sobre el efecto directo del sector turístico en el conjunto de la economía.

Las principales clasificaciones del gasto en turismo son: los gastos totales por turismo internacional, es decir, los gastos de los visitantes extrafronterizos en otro país distinto al de residencia más los pagos realizados a líneas de transporte internacional,³ así como cualquier gasto en bienes y servicios comprados en el país visitado; los ingresos totales por turismo internacional, correspondientes a los gastos que realizan los visitantes internacionales intrafronterizos en el país que visitan, incluyendo los pagos que realizan a las líneas de transporte nacionales por pasaje internacional más cualquier otro pago por bienes y servicios hechos en el país que visitan, y el gasto en turismo doméstico, que implica todos los gastos realizados durante el viaje de los visitantes en su país de residencia.

Estos son algunos de los conceptos principales que la OMT ha señalado dentro de sus recomendaciones⁴ para lograr un acuerdo general sobre los elementos básicos del turismo que permita realizar el necesario control internacional de las estadísticas del sector, posibilitándose con esto las comparaciones entre países.

El visitante es el actor principal del turismo y, por tanto, su comportamiento determina el análisis de esta actividad por el lado de la demanda. Para analizar la oferta turística se consideran

² La importancia de la ampliación de este concepto es que no sólo se incluyen los gastos realizados durante el viaje y la estadía, sino que se añaden gastos en el lugar de residencia para la preparación del viaje, tales como ropa, guías turísticas, seguros, y otros, además de los gastos realizados al regreso, como el revelado de fotografías. Sin embargo, existen determinados bienes que al comprarse durante el viaje no se consideran gastos en turismo: compras con propósitos comerciales (para su reventa o compras de factores de la producción), inversiones de capital o transacciones financieras (bienes inmuebles, autos, botes) y dinero en efectivo proporcionado a familiares o amigos, así como, donativos a instituciones.

³ La OMT recomienda que, para mantener consistencia con el balance de pagos, los gastos por transporte aéreo se contabilicen por separado (UN, OMT, 1994).

⁴ Para una mayor extensión de los conceptos anteriores, véase, OMT (1995), *op. cit.*

las actividades económicas que participan en la satisfacción de las necesidades del visitante.⁵ Al considerarse el análisis conjunto de la oferta y la demanda, se puede conocer el efecto real de la actividad turística mediante la medición de las actividades económicas que participan en el sector y su relación con el resto de la economía. También se pueden plantear comparaciones con otros sectores económicos nacionales e internacionales y mostrar así la importancia del turismo en el desarrollo económico de los países.

El sistema de clasificación de las actividades turísticas recomendado por la OMT y aprobado por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas es la Clasificación Internacional Standard de Actividades Turísticas⁶ (SICTA, por sus siglas en inglés), la cual representa las actividades productivas que generan la oferta turística. Según las recomendaciones de la OMT, la clasificación de los productos turísticos se ha elaborado basándose en la Clasificación Central de Productos (CPC, por sus siglas en inglés) de las Naciones Unidas.

El esfuerzo realizado por todos los agentes involucrados en el sector turismo sobre la adopción de conceptos, definiciones y clasificaciones internacionales del sector turismo ha sido muy importante. Un gran número de países ha adoptado las recomendaciones propuestas por la OMT para lograr una homogeneización de los elementos característicos del turismo y así construir una base estadística internacional que brinde mejores posibilidades de análisis del sector. Los países centroamericanos han seguido estas recomendaciones y disponen de este marco estadístico de indicadores básicos del turismo. Para el análisis estadístico desarrollado en este trabajo, se ha tomado como base de datos la información de la OMT, que ofrece indicadores tales como la llegada de turistas internacionales, los ingresos y gastos por turismo internacional, la oferta disponible de cuartos, los medios de transporte utilizados por los turistas y los motivos por los que viajan, todo lo cual permite conocer la evolución y situación actual del sector.

El avance más importante en el análisis de la relación entre la oferta y la demanda se presenta en la creación de una Cuenta Satélite de Turismo (CST). La importancia de la CST radica en que es una herramienta perfeccionada que, mediante la contraposición de oferta y demanda, revela la dimensión real del sector y su impacto sobre la economía nacional. Gracias a las posibilidades de análisis de la CST, se puede calcular el impacto de cada sector involucrado. Así, gobiernos, empresarios y académicos pueden observar de forma fehaciente que el turismo es una actividad económica importante, generadora de empleo y valor agregado, donde será necesario implementar mayores y más eficientes medidas de fomento y promoción económica.

Sin embargo, es importante que en países como los del Istmo Centroamericano y la República Dominicana, donde la actividad turística significa una contribución importante a la economía nacional, se siga avanzando en la captación de indicadores de mejor calidad y con un mayor grado de desagregación, sobre todo en el sector de servicios, donde, con el desarrollo de la

⁵ La actividad turística surge fundamentalmente del lado de la demanda, ya que es el comprador quien determina las actividades productivas que van a participar en la oferta, por lo que se debe determinar inicialmente cuáles son los bienes y servicios que los visitantes compran. Esto se puede conseguir mediante encuestas fronterizas (Joice, Lapiere y Meis, 1994).

⁶ La Secretaría Permanente del Tratado General de Integración Económica Centroamericana (SIECA) tiene como marco referencial la Clasificación Industrial Internacional Standard (ISIC, por sus siglas en inglés) de las Naciones Unidas.

tecnología de la información, ha surgido una serie de productos al servicio de la actividad turística que no son contabilizados aún.⁷ Estos servicios contemplan los tradicionales de agencias de viajes, los servicios profesionales, servicios de informática, telecomunicaciones, reservaciones computarizadas, e incluso los servicios medioambientales. El proceso de inclusión de estas actividades en la CST puede resultar complejo, pero es necesario para contar en el futuro con datos estadísticos adecuados para la implementación de una CST que refleje el impacto real del sector en las economías nacionales y que proporcione mejores instrumentos para la realización de un adecuado análisis y eficiente toma de decisiones.

Las experiencias dominicana y canadiense en la elaboración e implementación de la CST⁸ han mostrado la importancia de esta herramienta para que tanto agentes del gobierno como del sector privado, así como todos aquellos interesados en el desarrollo del sector, conozcan su capacidad como generador de empleo y de valor agregado, su utilidad para el análisis eficiente del sector y su capacidad para lograr una mejor selección de medidas y mecanismos de promoción turística.

⁷ La importancia de contar con estadísticas más confiables y desagregadas en el sector servicios ha sido tratada en el documento de la CEPAL, *El comercio de servicios turísticos en Centroamérica y la República Dominicana* (LC/MEX/R.645).

⁸ Banco Central de la República Dominicana, OMT (1996); Lapierre, J. y Hayes, Duane (1994).

II. CUENTA SATÉLITE DE TURISMO ⁹

El turismo y las actividades que lo componen se definen tradicionalmente según la demanda de bienes y servicios que los visitantes realizan durante el viaje y su estadía en el país que visitan. Así, los bienes y servicios que los visitantes consumen son considerados de consumo turístico. ¹⁰

Para conocer el impacto de las actividades turísticas en el total de la economía nacional, es importante tener en cuenta también lo referente a la oferta y a los indicadores de empleo e inversión, entre otros, y establecer su relación dentro de un marco estadístico adecuado que vaya en estricta dependencia de los sistemas nacionales de contabilidad.

La CST se basa en los mismos conceptos y fundamentos del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y permite de manera particular analizar las variables económicas del turismo y sus relaciones con el resto de las variables de la economía nacional. La CST tiene la capacidad de medir la actividad económica generada por el turismo de un país, esto es, la demanda de bienes y servicios creada por el turismo en ese país y la producción necesaria para satisfacer esa demanda, es decir, la oferta turística.

Para desarrollar adecuadamente una CST, dentro de los lineamientos del SCN, es necesario conocer, desde el punto de vista del gasto realizado en consumo turístico, cuáles son los bienes y servicios específicos del turismo. Aquí hay que recordar que es el visitante quien, según sus necesidades de viaje, determinará el conjunto de bienes y servicios característicos del turismo. ¹¹ Una vez definido este conjunto, debe determinarse la vertiente de la oferta turística. Esto se logra

⁹ Aquí se presentan de manera resumida algunos puntos básicos que se consideran de importancia para la comprensión de la Cuenta Satélite tomados del tercer draft/rev. 1 del manual de Cuenta Satélite de la OMT. Este es un tema en el que numerosos organismos e instituciones han invertido mucho tiempo de estudio, por lo que resultaría imposible (y ajeno a los objetivos particulares de este trabajo) tratarlo aquí. Para un amplio conocimiento sobre el tema, consúltense, además de las referencias ya citadas: OCDE, 1991; OECD, 1996; OECD, 1997a; OECD, 1998; Statistics Canada, 1996; Statistics Canada, 1998; WTTC/WEFA, 1995; WTTC, 1996; y Eriksson, Sophia/Eurostat, 1998.

¹⁰ Un problema de esta concepción es que si los productos ofrecidos por una empresa del sector turístico son consumidos por individuos que no son visitantes, la empresa puede dejar de considerarse como perteneciente al sector turismo. Para esto, se determina según la participación que tiene la producción de dicha empresa en el total de productos turísticos, clasificándose así las actividades en características y no características del turismo. Sin embargo, el problema aún queda latente porque una empresa generalmente produce más de un producto, que puede ser para el consumo turístico o no.

¹¹ En Canadá, la principal fuente utilizada para conocer cuáles son los bienes de consumo turístico es la encuesta de los hogares sobre viajes, además de información proveniente de encuestas fronterizas y de instituciones gubernamentales como la de migración y de transportes. En Centroamérica, las principales fuentes son estas últimas, por lo que habría que reconsiderar la importancia de las encuestas sobre gastos en turismo. Más adelante se abordará este tema.

identificando a las industrias que se encargan de producir dichos bienes y servicios a partir de distintos criterios que identifican tales actividades.¹²

Una característica fundamental de estas actividades es que deben satisfacer al visitante propiamente, y el contacto entre el proveedor y el consumidor de los bienes y servicios debe ser directo.¹³ También se consideran otros bienes y servicios que son consumidos por los visitantes, pero que no son producidos directamente para el consumo turístico, y por lo tanto son no característicos. Consecuentemente, las industrias que participan indirectamente en el turismo son actividades no características. Estas industrias no turísticas son aquellas que, de no existir el turismo, podrían seguir funcionando sin que su nivel de actividad se viera gravemente afectado.

Para completar la caracterización de las actividades turísticas existen dos condiciones principales:

a) El consumo del producto particular de un establecimiento¹⁴ debe representar una parte relevante del consumo turístico total.

b) El consumo turístico interno del producto particular debe corresponder a una parte relevante de la oferta doméstica total; de lo contrario, ese establecimiento cesaría sus actividades o las vería seriamente reducidas.

Es así como se determinan los bienes y servicios característicos del turismo (la demanda), y las actividades económicas que los producen (la oferta).¹⁵ Sin embargo, este proceso presenta algunos problemas importantes que se están tratando de enfrentar en los distintos foros internacionales.

Una de las principales dificultades que se encuentran cuando se trata de determinar cuáles son las actividades características del turismo consiste en que las industrias generalmente producen más de un producto, por lo que las industrias turísticas no sólo producen bienes turísticos. La producción de estas empresas puede venderse tanto a los consumidores visitantes como a quienes no lo son; por tanto, los visitantes no sólo consumen productos característicos del turismo, sino también otros para satisfacer su distintas necesidades.

¹² Una vez identificada la porción de la producción bruta y de los insumos que está directamente relacionada con los bienes y servicios vendidos a los visitantes, se puede estimar el producto interno bruto (PIB) (Joice, Lapierre y Meis, 1994).

¹³ En ocasiones, el proveedor y el productor de servicios es el mismo, en cuyo caso la condición anterior implica que sea el productor quien mantiene contacto directo con el consumidor. Por el contrario, en numerosas ocasiones existe un gran número de intermediarios entre el productor de los bienes y el consumidor final. Así, la actividad económica característica del turismo será la del detallista, quien es el último eslabón de la cadena y tiene contacto directo con el consumidor final.

¹⁴ Debe recordarse que el establecimiento es la unidad estadística básica para el estudio y presentación de la producción en el SCN (UN, 1993).

¹⁵ Con la creación de la Cuenta Satélite, la información proveniente de las encuestas de demanda turística se cruza con los datos de oferta turística (aquellas industrias que ofrecen bienes y servicios de alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, ropa, regalos, entre otros) dentro de un marco específico de insumo-producto (Joice, Lapierre y Meis, 1994).

Además, la composición de insumos de los productos de una misma industria es generalmente distinta en cada uno de ellos, por lo que resulta difícil determinar los insumos característicos de los bienes turísticos.

Puede afirmarse que la importancia de la implementación de la CST radica en 3 puntos principales:

a) Medir la contribución del turismo en la economía nacional así como su relación con otros sectores de la economía, mostrando la importancia del sector de una manera confiable y realista y dentro del marco de las cuentas nacionales. Además se podrán así realizar comparaciones con otros sectores tanto nacionales como internacionales, partiendo de un mismo marco analítico confiable.

b) Distinguir claramente entre los efectos directos e indirectos del turismo.

c) Proveer información detallada sobre el turismo y su papel económico reflejando otros aspectos como el empleo y la inversión.

Asimismo, en el marco de integración turística de los países centroamericanos, la Cuenta Satélite puede constituir un instrumento importante ya que, al tener conocimiento del sector en cada economía, se pueden plantear medidas y estrategias de promoción conjuntas para la región.

Recuadro 1**CUENTA SATÉLITE DE CANADÁ**

Canadá es uno de los principales países en el desarrollo e implementación de la CST. Esto se ha logrado gracias a que el trabajo se ha llevado a cabo dentro de una institución de estadísticas fuerte e independiente, con la suficiente credibilidad interna y externa, que además ha dado a este trabajo amplia difusión hacia todos los ámbitos del sector turístico, público, privado, académico e internacional.

Las metas alcanzadas por la Comisión Canadiense de Turismo son:

- Establecer la Cuenta Satélite como un instrumento confiable para conocer el sector y que muestre sin importancia en la economía nacional.
- Definir concretamente la actividad turística para poder determinar los indicadores necesarios para conocerla.
- Definir los instrumentos de captación de información necesaria para obtener los indicadores.
- Establecer por lo tanto el mayor grado de contabilidad sobre los resultados de este trabajo.
- Establecer indicadores de la actividad turística que pueden ser derivados de la Cuenta Satélite y que sean actualizadas constantemente, sirviendo a las necesidades inmediatas del sector. Esto se logra a través de la dinamización de los datos incluyendo información de varios años hacia atrás y hacia adelante sin variar las ecuaciones fundamentales. Transformando un instrumento estático en uno dinámico se pueden conocer las tendencias del desempeño de las diversas actividades del sector.
- Extraer de las cuentas completas una serie de indicadores que han sido tremendamente exitosos entre los usuarios de cifras y de información sobre el sector, ya que tienen la característica de ser fidedignas y permiten tomar decisiones con conocimiento de causa.
- Permitir que las personas encargadas de diseñar políticas y estrategias de desarrollo anticipen las tendencias de ciertas actividades más o menos vulnerables a los choques que afectan al sector en general.
- Fijar con solidez los conceptos que constituyen al sector turismo.

Recuadro 2**CUENTA SATÉLITE DE LA REPÚBLICA DOMINICANA**

Esta CST se ha podido desarrollar con un avance poco logrado en los demás países latinoamericanos gracias a ciertos factores:

- Es elaborada por el Banco Central, institución con gran solidez en la recolección estadística que cuenta con la información relevante, como la tabla de insumo-producto, entre otras, para construir la CST.
- El Banco Central ha sido responsable del desarrollo del turismo en toda una región del país por lo cual ha dedicado esfuerzos importantes en recopilar y analizar la información relevante al sector.
- La información sobre el turismo también se genera en el sector gubernamental a través de la Secretaría de Estado de Turismo y en el sector privado, particularmente la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES), patrocinada por diversos grupos financieros como American Express, Visa, Master Card.
- El turismo es una actividad económica fundamental para el país; tiene efectos importantes en la inversión, en la creación de empleo y en la generación de divisas.
- La experiencia de la República Dominicana está siendo difundida en toda América Latina y el Caribe donde se ha presentado la importancia de la implementación de la CST como herramienta adecuada para el análisis del sector.

III. LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA SOBRE TURISMO EN EL ISTMO CENTROAMERICANO Y LA REPÚBLICA DOMINICANA

Como ya se ha mencionado, la necesidad de establecer un marco estadístico homogéneo de aceptación internacional es fundamental para efectuar una correcta medición de la actividad turística. En él, pueden realizarse dentro de un mismo contexto comparaciones del sector entre los distintos países.

Los países del Istmo Centroamericano y la República Dominicana han seguido las recomendaciones de la OMT que se han publicado en sus manuales como resultado del trabajo que lleva a cabo junto con otras instituciones, tanto gubernamentales como del sector privado y académico. Estos países han logrado generar una importante base de datos turísticos con indicadores que van más allá de la presentación tradicional de las estadísticas de turismo en el marco del Sistema de Cuentas Nacionales, y que se refieren únicamente a la actividad de hoteles, bares y restaurantes, así como a los rubros de viajes y transporte del balance de pagos.

Sin embargo, el desarrollo de un mayor número de indicadores estadísticos contribuirá a una mejor medición de la actividad turística, complementando la información recolectada por los sistemas de Cuentas Nacionales y de Balance de Pagos. Con esto se podrá detectar mejor el impacto del turismo en la economía nacional.

En la República Dominicana, con la implementación de la CST se definieron nueve actividades económicas relacionadas con el turismo y 21 productos característicos y relacionados, con lo que la participación del sector en la economía fue de 16.7% en 1991 y las estimaciones para 1995 indicarían una participación del 20% del PIB, mientras que la participación de la rama de hoteles, bares y restaurantes en el PIB de la República Dominicana representó 4.5% en 1991, pasando en 1993 a 5.2% y en 1997 a 7.1%.

Conforme se vayan identificando más indicadores de la actividad del turismo y se consiga un mayor nivel de desagregación —en los servicios en particular—, mejor se conocerán las distintas actividades económicas que participan en él, así como su impacto real en la economía nacional. Con el conocimiento del peso específico del turismo, las actividades que representa y su relación entre ellas, así como sus nexos con el resto de la economía y la importancia del sector frente a otras actividades económicas, se podrá presentar a las autoridades gubernamentales una visión clara de la importancia real del turismo en la economía del país.

Por otro lado, la información obtenida constituirá una herramienta adecuada para sustentar las necesidades de los agentes económicos que participan en el turismo. Su necesidad de atención por parte del sector gubernamental para el establecimiento de medidas y políticas de fomento al desarrollo del sector se verá atendida con mayor facilidad por la certidumbre creada a través de la información específica y confiable.

Entre los temas relevantes en el ámbito nacional se encuentra el empleo. La determinación de las actividades características del turismo y de las actividades relacionadas mediante la incorporación de la Cuenta Satélite permitirá realizar una adecuada medición del empleo generado

en el sector. Aquí debe considerarse la conveniencia de desglosar la información según género, edad y nivel educativo, entre otros. Sólo algunos países incorporan la clasificación de hombres y mujeres en la población económicamente activa de las actividades económicas. Y como el turismo no se encuentra clasificado como rama de actividad en las cuentas nacionales, los indicadores de género en el sector son prácticamente inexistentes. En este aspecto es importante generar instrumentos de captación más específicos y diseñar encuestas que respondan a estas necesidades de información.

El sector se caracteriza por ser generador de empleo y las estimaciones que se realizan al respecto en los países centroamericanos se refieren a la actividad de hoteles, bares y restaurantes. La Cuenta Satélite permitirá calcular el empleo real generado dado que el turismo involucra a un mayor número de actividades económicas.

En lo que se refiere a la demanda turística, la clasificación por género, edad y el estado civil de algunos indicadores, como la llegada y salida de pasajeros o el empleo, es actualmente un requisito importante para la recopilación estadística. Sin embargo, esta función se ha dejado sólo a las autoridades migratorias, que presentan clasificación por sexo en las tarjetas de turismo o de embarque.

Recuadro 3

EMPLEO TURÍSTICO

Los empleos generados por la actividad hotelera pasaron de 124,600 en 1993 a 178,100 en 1997 en la República Dominicana.¹⁶

En Costa Rica, en 1997 el empleo directo generado por la inversión en empresas declaradas turísticas fue de 895, generándose en las empresas de hospedaje 692 empleos directos.¹⁷

El empleo generado por los proyectos aprobados por el Instituto Panameño de Turismo en 1997 fue de 2,815.

Respecto de la inversión, su contabilización es aún más difícil, ya que en ocasiones la inversión involucrada en el sector turismo toma distintos caminos, cuyo registro es difícil de seguir. En numerosos casos, la inversión extranjera presenta formas no accionarias como son las licencias, franquicias y contratos de administración. Estas formas son muy utilizadas en todo el mundo tanto en la actividad hotelera como en la renta de automóviles y en los servicios de comida rápida. También existen formas complejas de inversión nacional y extranjera entre cadenas internacionales, dueños de bienes raíces, préstamos de instituciones financieras, entre otras.

¹⁶ SECTUR, Santo Domingo, República Dominicana, s/f.

¹⁷ ICT, San José, Costa Rica, 1998.

Los controles tradicionales para los flujos de capital ya no son adecuados para la contabilización de muchas transacciones. Por otro lado, la liberalización de los flujos financieros ha contribuido a la falta de registros del capital, por lo cual no se posibilita su apreciación real en el sector.

Además, la contratación externa de los servicios en la actividad turística —como pueden ser los de consultoría, asesoría legal, contabilidad, publicidad, transporte, limpieza, mantenimiento, entre otros— dificulta la detección de la inversión involucrada. Esta dificultad no va necesariamente en detrimento de la información estadística en la materia, ya que mediante encuestas se puede definir en forma más desglosada la composición de los servicios en una empresa específica en el sector en general.

Recuadro 4

INVERSIÓN TURÍSTICA

En la República Dominicana el 55.3% de la inversión que realiza en hoteles a diciembre de 1996 es de origen nacional, con un total de 268 hoteles; el 31.8% es de origen extranjero, donde España tiene la mayor participación.¹⁸

En Costa Rica se invirtieron 18,034 millones de colones en 1997 en empresas declaradas turísticas (hospedaje, renta de autos, agencias de viajes, gastronomía y diversión, transporte acuático y servicios aéreos).¹⁹

Según el Registro Nacional de Turismo del Instituto Panameño de Turismo, en 1997 se aprobaron 22 proyectos de turismo por una inversión total de 57.3 millones de balboas. Éstos comprenden actividades de hospedaje, transporte turístico, restaurantes y centros especializados en turismo.

Como se ha dicho anteriormente, el análisis del turismo se lleva a cabo por el lado de la demanda, ya que es una actividad generada para atender al comprador, que es un visitante. Es por esto que, en la medida en que se detecten cada vez mejor los bienes y servicios que el visitante demanda, podrá realizarse una mayor caracterización de las actividades económicas que participan en el turismo.

Actualmente se han identificado aquellas actividades que producen los bienes y servicios que los visitantes solicitan (clasificaciones SICTA y CPC mencionadas anteriormente); sin embargo, para lograr una medición más precisa del turismo, es necesario realizar una mayor desagregación de cierto tipo de actividades, principalmente los servicios. Las actividades de telecomunicaciones han experimentado en los últimos tiempos el mayor crecimiento en el número de servicios

¹⁸ SECTUR, *op. cit.*

¹⁹ ICT, *op. cit.*

proporcionados a los consumidores. El desarrollo tecnológico de las telecomunicaciones ha representado nuevas formas de consumo turístico; tal es el caso para los sistemas de reservaciones y las agencias de viaje que se han instalado a través de Internet.

Las actuales medidas de liberalización económica, que han llevado a la creación de bloques regionales, y el establecimiento de acuerdos comerciales que promueven medidas de facilitación de viajes, han hecho cada vez más común la eliminación de los registros y controles obligatorios de flujos de personas entre países, tales como las formas migratorias y tarjetas de embarque.²⁰

La eliminación de este tipo de registros se ha llevado a cabo porque se consideraban una barrera al movimiento transfronterizo de personas. Sin embargo, es necesario mantener mecanismos de medición de los flujos de personas y sus características que brinden la información necesaria para la elaboración de estimaciones de los flujos turísticos y su gasto.

En el Foro Internacional sobre Estadísticas de Turismo realizado en Copenhague en 1998, se planteó la importancia de obtener estadísticas de mayor calidad que reflejaran mejor y con mayor disponibilidad temporal las características de la actividad turística, tanto para los empresarios como para los gobiernos y otros involucrados en el sector. Las propuestas giraron en torno a la utilización de métodos complementarios a los sistemas tradicionales: básicamente el diseño, aplicación y análisis de encuestas más sofisticadas. Las encuestas de gasto turístico, que a diferencia de los registros fronterizos tienen la característica de ser voluntarias, permiten una mejor descripción de los patrones turísticos en comparación con los métodos anteriores, dado que incorporan preguntas sobre las características personales de los visitantes, información sobre la decisión de su visita a determinado destino, la organización de su viaje, el tipo de hospedaje y su evaluación, las atracciones visitadas y actividades desarrolladas, medios de transporte utilizados, gasto realizado y evaluación general del destino visitado (véanse las encuestas del anexo I). El uso de este tipo de consultas puede ser una fuente de información importante para determinar mejor el patrón de consumo turístico, complementando tanto a aquella información recabada por las oficinas estatales como a las fuentes de registro fronterizo en los países en que aún están vigentes.

En el marco de la integración de la región centroamericana y de los acuerdos de liberalización con la República Dominicana, una estrategia importante en la obtención de información turística de mejor calidad y confiabilidad puede ser la adopción de estos mecanismos implementados para enfrentar la eliminación de los registros fronterizos. La incorporación de preguntas sobre gasto turístico en las encuestas de ingreso-gasto de los hogares —como ha hecho Canadá— puede generar una aproximación bastante real a las estimaciones del consumo turístico nacional e internacional, puesto que permite identificar el número de turistas que van de un país a otro y el gasto que realizan.

²⁰ En este sentido, por ejemplo la iniciativa del Tratado de Schengen para el libre movimiento de personas en el proceso de construcción de la Unión Europea ha significado el desmantelamiento progresivo de los puestos fronterizos terrestres y la redefinición del papel de las fuerzas de seguridad asignadas a estos puestos. Se ha hecho entonces necesaria la creación de nuevos instrumentos adecuados para obtener la información que antes captaban la policía y las autoridades de aduanas (Rodríguez Salmones, 1998).

La participación del sector privado representa aquí un papel importante. Tradicionalmente se ha dejado al sector gubernamental la responsabilidad principal para la realización de las estadísticas necesarias en cualquier actividad económica. En el turismo han sido principalmente las secretarías o ministerios los que tienen la responsabilidad de captar y difundir la información estadística que recaban las agencias gubernamentales especializadas.²¹ Sin embargo, los agentes económicos participantes en la actividad económica han preferido la información generada por el sector privado, que generalmente es de mejor calidad y difundida con una mayor frecuencia de tiempo.

La información proporcionada por empresas de carácter privado especializadas en su recolección responde siempre a las necesidades particulares de los empresarios del sector. Es así como, según los intereses de cada empresa o grupo de empresarios, el alcance de la información será mucho mayor que las estadísticas proporcionadas por el sector gubernamental.

Ilustran este hecho las empresas consultoras especializadas en estudios de mercado para las grandes cadenas hoteleras que incorporan indicadores muy singulares y detallados, que pueden ser altamente confiables y sobre todo actualizados. Sin embargo, la característica fundamental de esta información es que es muy costosa y por tanto de difícil acceso para ciertos agentes interesados, especialmente para aquellas pequeñas empresas que participan en la actividad turística pero que no tienen los recursos necesarios para contratar a una agencia consultora. Por tanto, estos estudios se llevan a cabo generalmente con el patrocinio de grandes empresas o mediante la asociación de empresarios para asumir el costo.²²

El efecto de la participación de grandes firmas consultoras especializadas en la captación, procesamiento y distribución de datos es que cada vez resulta más costoso el acceso a la información específica y actual para el público en general. Esto es, que la información representativa para la eficiente toma de decisiones de los agentes económicos participantes en la actividad turística es cada vez más escasa y, por tanto, más cara.

Se plantea entonces la pregunta de quién debe ser el encargado de llevar a cabo el proceso de obtención, procesamiento y distribución de la información. La tendencia de liberalización económica señala al mercado —mediante la operación de empresas consultoras privadas— como la institución encargada de la asignación eficiente de la información. Sin embargo, los costos que este

²¹ La secretaría de transportes, las agencias de migración, entre otras.

²² La consultora Horwath ha elaborado distintos estudios sobre la industria hotelera en la República Dominicana y el Caribe. En ellos se presentan datos específicos sobre las condiciones de los hoteles que no existen en ningún tipo de información proporcionada por las agencias gubernamentales turísticas. Por ejemplo, contienen estadísticas tanto del tipo de clientes de los hoteles (empresarios, funcionarios, asistentes a convenciones), como de la forma en que hicieron sus reservaciones (directamente al hotel, por agencia de viajes, por operadores turísticos), el tipo de publicidad que utilizan los hoteles e incluso los ingresos que éstos obtienen por cada servicio que proporcionan. Esto muestra el grado de especialización de la información de acuerdo con las necesidades particulares de los empresarios. Hay que señalar también que este estudio fue patrocinado por American Express con la participación de la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes, la Asociación de Hoteles del Caribe y la Organización de Turismo del Caribe (Horwath, American Express, 1998). Horwath realizó otro estudio de este tipo para la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes de la República Dominicana en 1997. Éste contó con el patrocinio de Visa (Horwath, Visa, 1997).

mecanismo supone para el sector pueden ser mayores que los beneficios, considerando que son un importante número de empresas las que no tienen los recursos necesarios para acceder a la información especializada de empresas privadas.

La alternativa surgida en el contexto global es la participación conjunta del sector privado y el sector público en la promoción del desarrollo turístico. La cooperación entre las empresas privadas y el gobierno es una estrategia importante para aplicar medidas de fomento del turismo con mayor efectividad, particularmente en los campos de empleo, capacitación, financiamiento e información, donde las economías de escala y la sinergia entre los participantes pueden generar mejores condiciones de competitividad en el sector (OCDE, 1997b).

En este aspecto, la colaboración de las autoridades gubernamentales encargadas del sector turismo y de las cuentas y estadísticas nacionales puede aportar una solución viable a las necesidades de información del sector. Como ejemplo de colaboración exitosa entre el sector público y el privado se puede mencionar nuevamente el caso de Canadá. Aquí, la colaboración abarca tanto el conocimiento mutuo de la información existente en ambos sectores como las necesidades de cada uno.

La suma de recursos financieros a través del esquema de *matching funds* ha perfeccionado su funcionamiento y ha brindado a la Comisión Canadiense de Turismo la solidez necesaria para emprender estudios de gran envergadura, y la posibilidad de obtener y difundir información.

En Costa Rica existe el proyecto de desarrollar un centro de información sobre turismo de una naturaleza parecida al canadiense, donde colaboraría el sector público por medio del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y el privado a través de la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR). Es probable que participen también otros organismos de diversos sectores, incluyendo además el académico.

En el caso de la República Dominicana, la colaboración de todas las instancias que ya proporcionan información sobre turismo podría enriquecer en mayor medida el conocimiento del sector.

El grado de participación del sector público y privado en la promoción del crecimiento y desarrollo del turismo es un tema que requerirá discusiones futuras, así como también la implementación de estrategias de cooperación entre las empresas, sobre todo las de menor tamaño. Sin embargo, dado el contexto actual de globalización económica, estos mecanismos deben considerarse alternativas eficientes para integrar a las economías pequeñas como las centroamericanas en el mercado internacional, promoviendo cada vez mejores condiciones de competitividad que generen la atracción de turistas hacia la región.

Recuadro 5**COOPERACIÓN ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y EL SECTOR PRIVADO EN CANADÁ**

El eficiente desempeño que ha tenido la Comisión Turística Canadiense ha sido resultado del programa de colaboración entre el sector público y el sector privado, que aportan en común los fondos utilizados bajo la estricta coordinación de la Comisión.

Se ha convencido al sector privado relacionado con el turismo de la importancia de generar la información necesaria para la Cuenta Satélite, donde su participación es crucial.

Se ha utilizado el logotipo de las dos instituciones en sus publicaciones, lo que genera una imagen de marca compartida.

Se han establecido fuertes vínculos de trabajo y objetivos comunes. Particularmente exitoso ha sido el esquema para generar información: las compañías del sector privado han accedido a compartir la información que no pone en peligro la confidencialidad de los datos y que permite ampliar el conocimiento del sector turismo.

La información compartida, la metodología de recopilación, las formas de trabajo y los resultados no se limitan a sus socios en el trabajo, ya que la divulgación de los datos se considera un método de subsistencia y de obtener más información. A través de la relación con otros organismos, con instituciones de investigación y académicas para el conocimiento del sector se ha generado una enorme red de personas conectadas por intereses comunes donde se estimula la producción de conceptos nuevos y creativos.

Las redes para compartir información permiten maximizar los beneficios de todas las partes implicadas: se considera que ofrecer los datos propios es una actitud más beneficiosa que ocultarla. Se crea así un marco de confianza mutua que incrementa la credibilidad de la información.

Participan empresas de todos los tamaños.

Se lleva a cabo un seguimiento de los grupos de discusión de Internet para obtener información circunstancial y pragmática que apunte a nuevas tendencias o problemas en el sector.

La Comisión mantiene una fuerte presencia en los organismos internacionales dedicados a las estadísticas y al turismo, en particular en la OMT, donde se ha hecho un trabajo instrumental para definir los estándares de conocimiento del sector.

1. Turismo mundial

La OMT divide en seis zonas el turismo mundial: África, América, Pacífico y Este de Asia, Europa, Medio Oriente y Sur de Asia.

Considerando los indicadores básicos del turismo que presenta la OMT —llegada de turistas internacionales, ingresos y gastos por turismo internacional y ciertos datos sobre la oferta turística como número de hoteles y número de camas disponibles— se puede realizar un análisis de la evolución del turismo mundial a lo largo del período, que va de 1993 a 1997, así como un estudio de la situación actual. La información estadística utilizada para este análisis se tomó de la base de datos electrónica de la OMT.²⁴

Durante el período 1993-1997, la llegada de turistas internacionales²⁵ en todo el mundo registró una tasa de crecimiento anual promedio de 4.3%. En 1996 se contabilizó un total de 594.9 millones de llegadas de turistas, equivalente a una tasa de crecimiento de 5.6% respecto del año anterior. Sin embargo, este incremento se reduciría en 1997 a 3.2% con relación a 1996, presentándose un total de 613.4 millones de llegadas de turistas²⁶ en el mundo (véase el cuadro 1).²⁷

La región que mayor número de llegadas recibe es Europa, visitada en 1996 por un total de 348.7 millones de turistas, lo que representó 58.6% del total mundial. A pesar de que en 1997 en Europa se observó una tasa de crecimiento anual menor que la del año anterior (véase el gráfico 1), su participación en el total mundial de llegadas aumentaría a 58.8% con un total de 360.5 millones.

La segunda región en importancia es América y, junto con Europa, presentó a lo largo del período 1993-1997 una tasa de crecimiento promedio anual menor al indicador mundial observado (3.8% de América y 3.7% de Europa frente a 4.3% mundial). En 1996 América representó el 19.6% de las llegadas mundiales con un total de 116.6 millones y una tasa de crecimiento anual respecto de 1995 de 5.5%. Su crecimiento en 1997 en comparación con el año anterior fue menor también (2.7%), captando un total de 119.8 millones de turistas. Éstos representarían 19.5% de las llegadas mundiales.²⁸

²⁴ La OMT, como organismo encargado del fomento de la actividad turística y la promoción del proceso de homogeneización internacional de las estadísticas del sector, proporciona una base de datos de indicadores básicos diseñada a partir de la información estadística que suministran los distintos países miembros.

²⁵ Se refiere a los visitantes internacionales que pasan una noche o más en el lugar de destino (OMT, 1995).

²⁶ De aquí en adelante se refiere a turistas internacionales.

²⁷ Los cuadros y gráficos que se mencionan a lo largo del documento se encuentran en el anexo II.

²⁸ Una explicación visible de la disminución del ritmo de crecimiento de las llegadas de turistas a Europa y a América en 1997 con respecto al año anterior es el ligero repunte que tuvieron las regiones de África y Medio Oriente.

En 1996, la región del Pacífico y Este de Asia (que a lo largo del periodo estudiado ha permanecido como la tercera en importancia en cuanto a la llegada de turistas) presentó la mayor tasa de crecimiento anual de todas las regiones (9.6%) respecto del año anterior. Sin embargo, en 1997 observó un crecimiento de sólo 1.1%, disminución que pudo haber sido causada por los problemas económicos y sociales que afectan a la región. Esto último generó también una caída en su participación de llegadas de turistas internacionales en el total mundial, que pasó de 15% en 1996 a 14.7% en 1997, lo que significa un total de 89.9 millones de turistas.

En 1997 la región de África, con un total de 23.4 millones de turistas, participó con 3.8% de las llegadas mundiales. Medio Oriente recibió 2.4% del total mundial (14.7 millones de turistas), y el Sur de Asia representó el 0.8% con una llegada de 4.8 millones de turistas internacionales.

En cuanto a los ingresos recibidos por concepto de turismo internacional ²⁹ en el mundo (véase el cuadro 2), éstos sumaron para 1996 un total de 434,000 millones de dólares a una tasa de crecimiento anual de 8.2% con respecto al año anterior. En 1997, los ingresos sólo crecieron 2.3% respecto de 1996 (crecimiento menor al de la llegada de turistas, lo que significa que el gasto realizado por turista ha disminuido), alcanzando un total de 443,700 millones de dólares. A lo largo del período 1993-1997, el crecimiento anual promedio de este indicador fue de 8.5%.

La participación de los ingresos de la región europea (la mayor en el mundo también) representó en 1996 el 50.6% del total mundial, con un monto de 219,600 millones de dólares. Una tasa de crecimiento negativa en 1997 (-0.7%, véase el gráfico 2) generó una disminución en la participación de los ingresos por turismo de Europa al 49.1% con un total de 218,000 millones de dólares. ³⁰ El crecimiento anual promedio observado en Europa durante 1993-1997 fue de 7.7%.

América es, al igual que en llegadas de turistas, la segunda región del mundo en cuanto a ingresos recibidos, con un total de 112,800 millones de dólares, lo que representa el 26% del total mundial en el año de 1996. En 1997, los ingresos recibidos crecieron menos que el año anterior (7.3%), lo que significó 121,100 millones de dólares. A pesar de ocupar el segundo puesto mundial en este indicador, a lo largo del período analizado su crecimiento anual promedio ha permanecido por debajo del porcentaje global y ha sido el menor de todas las regiones del mundo.

La relación entre ingresos y llegada de turistas internacionales en las distintas zonas del mundo es muy variada, ya que existen diversos factores tanto económicos como culturales los que determinan el patrón de consumo de los turistas y sus preferencias por visitar determinados lugares. Además, los ingresos por turismo, como ya se señaló, incluyen también el gasto que realizan los excursionistas (visitantes de un solo día).

En 1996, la llegada de turistas a las regiones de África, del Pacífico y Este de Asia y el Sur de Asia observó un crecimiento por encima del promedio mundial (7.5%, 9.6% y 6.7%, respectivamente frente a 5.6% global) (véase el gráfico 3). El resto de las regiones del mundo tuvo

²⁹ Se refiere a los gastos que realizan tanto los turistas (estadía de una noche o más) como los excursionistas (viajeros de un solo día) internacionales en los lugares de destino (OMT, 1995).

³⁰ Probablemente el menor ritmo de crecimiento de la llegada de turistas a esta región es, junto con la disminución en el nivel de gasto realizado por turista, una de las razones del crecimiento negativo observado.

en ese año un crecimiento anual por debajo del promedio. En cuanto a los ingresos totales en 1996, se observó una tasa de crecimiento anual relativamente alta generada por el importante incremento experimentado en todas las regiones (sólo Europa presentó una tasa menor al promedio). Destaca África, que creció 15.1%.

En 1997 todas las regiones, a excepción de África y Medio Oriente, redujeron su ritmo de crecimiento en cuanto a llegada de turistas, por lo que la tasa mundial disminuyó de 5.6% a 3.1%. Esto generó a su vez un crecimiento menor de los ingresos en todas las regiones durante el mismo año, excepto en Medio Oriente, con el consiguiente decremento de los ingresos mundiales, pasando de 8.2% en 1996 a 2.3% en 1997, con un crecimiento observado de las regiones del Pacífico y Este de Asia y Europa por debajo del promedio mundial (2.2% y -0.7%, respectivamente).

Al dividir los ingresos totales entre el número de turistas internacionales de cada región, se obtiene una aproximación del gasto medio por turismo internacional.³¹ Esto puede dar una idea sobre el nivel de consumo de los turistas en cada región de destino, aunque para tener un adecuado conocimiento de este parámetro es necesario realizar un análisis más profundo que considere un mayor número de indicadores.

Durante el período analizado (1993-1997), el mayor gasto medio corresponde a los turistas que visitan la región de América, pasando de 880 dólares en 1993 a 1,010 en 1997 por encima del gasto medio mundial, con una tasa de crecimiento anual de 4.3% con relación a 1996, la más alta del período.³²

La segunda región donde se realiza el mayor gasto por turista es el Pacífico y el Este de Asia, que, desplazando desde 1994 a la región del Sur Asiático, captó un gasto medio por turista de 942 dólares en 1997. Si bien la región europea es la principal receptora de turistas así como la mayor receptora de ingresos, el gasto medio realizado en esta región sólo supera el que se realiza en África y el Medio Oriente; incluso se encuentra por debajo del promedio mundial. Esto puede deberse a que, a pesar del gran número de llegadas, los turistas realizan muy poco gasto; ejemplo de ello son los "turistas de mochila".

Otro indicador básico que representa el comportamiento general del turismo es el gasto por turismo internacional.³³ Cabe señalar que no existe correlación significativa entre la llegada de turistas internacionales, los ingresos por turismo internacional y los gastos por turismo internacional. El nivel de gasto se debe más a condiciones internas de cada economía, tales como el nivel de ingreso de la población, nivel de ahorro, días de vacaciones disponibles, entre otros.

³¹ Esto es sólo una aproximación del gasto que realiza cada turista en el destino visitado, ya que puede resultar sobrestimado debido a que en el número de llegadas de turistas internacionales no se consideran los visitantes de un solo día o excursionistas que sí se incluyen en los ingresos recibidos.

³² Aunque el dato está muy agregado, los estudios del perfil de turistas (que van más allá del alcance de este trabajo), así como los indicadores de precios, legislación, oferta de productos y servicios, etc., son indispensables para el conocimiento de las causas que generan esta situación.

³³ Se refiere al gasto de los turistas (estadía de una noche o más) y los excursionistas (visitantes de un solo día) internacionales que salen de cada región geográfica (origen) (OMT, 1995).

Durante 1993-1996, el crecimiento anual promedio del gasto por turismo internacional mundial fue de 10.9% (véase el cuadro 4).³⁴ La región de Europa tuvo un crecimiento anual promedio de 13%, el mayor del mundo, ya que es la región que más turismo internacional genera. América presentó la menor tasa de crecimiento (5.2%); sin embargo, sigue siendo la segunda región del mundo. En 1996 el gasto por turismo internacional realizado por Europa representó 54.9% del total mundial, con 208,000 millones de dólares. Le siguió en el mismo año América con 22% del total mundial (79,700 millones de dólares) y el Pacífico y Este de Asia con 20.3% (77,000 millones de dólares). África y el Medio Oriente representaron en este rubro sólo 1.7% y 1.4% del total del mundo, respectivamente.

2. Principales países receptores de turismo internacional

En el cuadro 5 se encuentran los principales países receptores de turismo internacional. Francia ocupa el primer lugar en llegada de turistas, con un total de 62.4 millones en 1996, lo que representa 10.5% del total de llegadas en el mundo. Para 1997, Francia conserva su lugar como principal receptor de turistas internacionales aumentando su participación a 10.9%. Le siguen, los Estados Unidos (49 millones), España (43.3 millones) e Italia (34 millones) que, manteniendo su posición anterior, aumentan también su participación en el total mundial a 8%, 7.1% y 5.6%, respectivamente.

México, que en 1996 recibió 21.4 millones de turistas, obtuvo 3.6% del total mundial, ocupando el sexto lugar. En 1997 desciende una posición debido a haber disminuido su llegada de turistas a 3.2% del total mundial.³⁵

En cuanto a los países que recibieron mayores ingresos en los dos últimos años del período analizado, los Estados Unidos ocupan el primer lugar y aumentaron también su participación en el total mundial entre 1996 y 1997 (véase el cuadro 6). En segundo lugar se encuentra Italia, cuyo nivel de ingresos disminuyó ligeramente de 1996 a 1997 al igual que su participación en el total mundial. El tercer lugar corresponde a Francia, que pasa de representar 6.5% del total mundial en 1996 a 6.4% en 1997. México se encuentra en el puesto decimosexto en 1996. Manteniéndose en esa posición, logró aumentar ligeramente su participación en el total mundial de 1.6% a 1.7% durante 1997.

A pesar de ser uno de los principales países receptores de turismo internacional, México muestra un nivel de gasto medio por turista muy bajo en relación con otros países (véase el cuadro 7). En 1996 fue de 324 dólares y aumentó en 1997 a 392 dólares por turista. En cambio, el gasto medio realizado en Australia (el mayor del mundo) fue de 2,115 y 2,175 dólares en 1996 y 1997, respectivamente. Después le siguen países como Suecia, Taiwán y los Estados Unidos, que incrementaron entre 1996 y 1997 su nivel de gasto medio cifrado en poco más de 1,500 dólares.³⁶

³⁴ La base de datos de la OMT no contiene información por gastos de turismo internacional mundial durante 1997 debido a que muchos países aún no lo han reportado.

³⁵ Cabe señalar aquí que ningún país del Istmo Centroamericano ni la República Dominicana se encuentra dentro de los 50 principales países receptores de turismo internacional (OMT, 1998).

³⁶ Hay que resaltar nuevamente que es necesario considerar un mayor número de variables para determinar correctamente las causas que originan estas diferencias.

Como emisor, Alemania es el país que mayor gasto realiza por turismo internacional (véase el cuadro 8). En 1996, su nivel de gastos representó 13.4% del total mundial, es decir, 50,800 millones de dólares. El segundo puesto mundial en este indicador lo ocupan los Estados Unidos (48,700 millones de dólares). Es importante señalar que Alemania, a pesar de ocupar el primer lugar mundial en este rubro, sólo alcanza la decimotercera y sexta posición en llegada de turistas e ingresos, respectivamente, en el mismo año. Esto demuestra, como se ha expresado anteriormente, que el gasto no guarda ninguna relación con las llegadas y los ingresos por turismo. Lo mismo sucede con Japón, que aparece en el tercer lugar del mundo por gastos en turismo y sin embargo no se encuentra dentro de los 20 principales países en los otros dos indicadores. Por el contrario, Italia, que ocupa los puestos cuarto y segundo en llegadas e ingresos, respectivamente, para el mismo año, cae al sexto lugar del mundo en gastos con sólo 4.1 % del total mundial.

3. Turismo internacional en América

La región de América representa una parte muy importante del turismo mundial, ya que es la segunda en importancia después de Europa. Se divide en cuatro subregiones: Norteamérica, Centroamérica, el Caribe y Sudamérica.

Norteamérica es la principal subregión receptora del continente americano debido a que los Estados Unidos, Canadá y México se encuentran dentro de los principales países que reciben turistas e ingresos internacionales en el mundo.³⁷

A lo largo del período 1993-1997, Norteamérica presentó una tasa de crecimiento anual promedio en la llegada de turistas internacionales de 2.7% que sin embargo, es la menor de las subregiones de América. En 1996 el crecimiento anual (respecto de 1995) de la subregión fue de 5.9%, el mayor del periodo, representando un total de 85.2 millones de turistas, esto es, 73% del total de llegadas de turistas internacionales a la región de América (véase el cuadro 9). En 1997 el crecimiento observado en Norteamérica con relación al año anterior fue muy bajo, apenas 0.9%, lo que causó una disminución de su participación en el total de llegadas a la región y favoreció una mayor participación del resto de las subregiones.

Los ingresos por concepto de turismo internacional para Norteamérica representaron 75.9% del total de ingresos de la región en 1996, y a pesar de su disminución en la participación de llegadas de turistas para 1997, sus ingresos aumentaron ligeramente su participación en el total de América hasta 76% en ese año (véase el cuadro 10).

La segunda subregión de América en importancia hasta 1995 había sido el Caribe. En 1993-1997, la subregión registra una tasa de crecimiento anual promedio de 4.4% (superior al promedio anual de América, 3.7%) en llegada de turistas. Una reducción en el ritmo de crecimiento anual de este indicador causó que, en 1996, con un crecimiento de sólo 1.5% respecto de 1995 (la menor tasa del período), la subregión del Caribe fuera desplazada al tercer lugar en importancia de

³⁷ En 1997 los Estados Unidos recibieron un total de 49 millones de turistas y 75,500 millones de dólares. Canadá recibió 17.6 millones de turistas y 8,900 millones de dólares y México un total de 21.4 millones de turistas y 7,500 millones de dólares.

América, en favor de Sudamérica. Y a pesar de observar un crecimiento importante en 1997 (6.8%), con un total de 15.2 millones de turistas, permaneció aún por debajo de Sudamérica (15.7 millones). Respecto de los ingresos recibidos por turismo internacional, la subregión del Caribe mantuvo la segunda posición (después de Norteamérica) a lo largo de todo el período, con una tasa de crecimiento anual promedio de 6.1%. Esto se debe probablemente a que una gran parte del turismo caribeño es de altos ingresos y cruceros (que realizan grandes gastos en artículos de lujo).

Entre los principales participantes en el turismo internacional del Caribe (por llegada de turistas) en 1997 se encuentran Puerto Rico (3.3 millones de turistas y 1,900 millones de dólares), la República Dominicana (2.2 millones de turistas y 2,100 millones de dólares) Bahamas (1.5 millones de turistas y 1,500 millones de dólares) y en cuarto lugar Jamaica (1.1 millones de turistas y 1,200 millones de dólares).

Sudamérica tuvo el mayor aumento en la participación de llegadas de turistas en el total de la región de 1996 a 1997, pasando de 12.5% a 13.1%, respectivamente. A lo largo del período registró una alta tasa de crecimiento anual promedio de 8.8%, la mayor del resto de las subregiones. En 1997, con un crecimiento de 8.1% con relación al año anterior, Sudamérica captó 15.7 millones de turistas. Los ingresos de la subregión también han crecido en el período. Con una tasa de 8.1% en 1997 respecto de 1996, la subregión captó 11.1% del total de ingresos recibidos en América.

Entre los principales participantes del turismo internacional sudamericano en 1997 destacan Argentina (4.5 millones de turistas y 5,000 millones de dólares), Brasil (con una tasa de crecimiento en la llegada de turistas de 12.3% respecto de 1996 que le supuso 2.9 millones de turistas y 2,600 millones de dólares) y Uruguay (2.3 millones de turistas y 759 millones de dólares, véase el cuadro 11).

La subregión del Istmo Centroamericano, aunque presentó durante 1993-1997 una tasa de crecimiento anual promedio de llegada de turistas internacionales superior a la de la región (5.6%), es la que menor participación tiene en el total de América. El Istmo Centroamericano representó en 1996 sólo 2.3% de las llegadas totales de turistas a América, aumentando ligeramente su participación en 1997 a 2.4%. Los ingresos centroamericanos representan en los dos últimos años del período 1.5% del total regional.

Costa Rica, Guatemala y Panamá son los que mayor participación tienen en el turismo centroamericano. Costa Rica captó un total de 811,000 turistas y 752 millones de dólares en 1997. Guatemala recibió en el mismo año 576,000 turistas y 325 millones de ingresos, y Panamá fue visitado por 402,000 turistas y captó 374 millones de dólares.

Cabe destacar que la República Dominicana es un país que ha desarrollado un importante sector turístico. En el período analizado, ha captado un mayor número de turistas internacionales que los países centroamericanos. En 1997 presentó un gran crecimiento (con relación al año anterior) de la llegada de turistas (14.8%), generando un ingreso total de 2,100 millones de dólares.

El importante dinamismo turístico que han experimentado países como El Salvador o Nicaragua en los últimos años y los abundantes recursos naturales que existen en la zona centroamericana, además de la experiencia turística que tienen países como Costa Rica y Guatemala,

hacen que el Istmo Centroamericano sea un mercado de gran importancia en el desarrollo del sector turístico internacional. Además, los países pueden coordinarse para crear una oferta turística común insertada en el marco de la integración centroamericana. Es por esto importante la implementación de estrategias que busquen el desarrollo conjunto de la subregión y que ofrezcan de manera integral un destino turístico atractivo al mercado internacional.

Si se hace la misma aproximación al gasto por turista realizado en cada destino, se encuentra que en 1996 Paraguay fue el que recibió mayor gasto por turista (1,955 dólares, aumentando en 1997 a 1,961 dólares; véase el cuadro 12). Le siguen en orden descendente Venezuela (1,245 y 1,335 dólares en 1996 y 1997, respectivamente), Argentina, que incrementó en 1997 el gasto por turista (de 1,067 en 1996 a 1,117) y se situó en tercer lugar de la región en ese año, desplazando al cuarto lugar a Perú, donde en 1997 disminuyó el gasto promedio de 1,082 (en 1996) a 1,074. La República Dominicana presentó una ligera caída en el gasto promedio por turista en 1997, pasando de 956 a 953 dólares.³⁸

En cuanto al gasto por turismo internacional (véase el cuadro 13), los países de la región de América que mayor gasto realizaron en 1996 son: Brasil, que aumentó en 71% su gasto en turismo en relación con el año anterior, alcanzando un total de 5,800 millones de dólares; México, con un gasto de 3,300 millones de dólares y una recuperación importante de este indicador que a causa de la crisis de 1995 había disminuido en ese año 41% respecto de 1994; Argentina, que realizó un gasto por turismo internacional de 2,300 millones de dólares, lo que representó también un crecimiento de 13.2% en relación con 1995, y Venezuela, que tras sufrir una caída también en 1995, se recuperó en 1996 con una tasa positiva del 21%, llegando a un gasto total de 2,200 millones de dólares.

Se puede observar que el gasto por turismo internacional responde a situaciones más bien de tipo interno, como lo fue la recuperación económica que en general tuvieron los países latinoamericanos después de una fuerte crisis iniciada en México a principios de 1995.

4. Turismo internacional en el Istmo Centroamericano y la República Dominicana

En el cuadro 14, referente a la llegada de turistas internacionales durante el período 1993-1997, se refleja que la región del Istmo Centroamericano ha crecido a una tasa anual promedio relativamente alta (7.3%), pasando de 2.3 millones de turistas a 2.9 millones entre 1993 y 1997. Durante dicho período, la República Dominicana registró un crecimiento anual promedio de 8.4%, superior al promedio observado tanto en América en su conjunto (3.7%) como en la subregión de Centroamérica (5.6%). Esto es muestra de la importante estrategia de desarrollo turístico que ha mantenido la República Dominicana, así como también de la importancia que esta actividad tiene en su economía nacional.

El crecimiento del Istmo Centroamericano a lo largo del período ha tenido un ritmo muy variado. La tasa de crecimiento de la llegada de turistas a la región (véase el cuadro 15) en 1994 fue de 2% frente al año anterior, pero creció 8.6% en 1995 y disminuyó su ritmo nuevamente a sólo

³⁸ El turismo que se realiza en este país del Caribe es generalmente de altos ingresos y de cruceros, lo que marca su diferencia con el resto de los países de Centroamérica.

1.6% en 1996. Esto ha causado que su participación en el total de llegadas de turistas a América en conjunto y en el total de llegadas en el mundo sea también muy variada. En 1994 y 1996 su participación descendió en comparación con los años anteriores respectivos, y aumentó en 1995 y 1997 en relación con el total de llegadas a América y al mundo.

A pesar de que 1995 fue un año de crecimiento para la región en su conjunto, con una tasa de crecimiento anual incluso mayor que la de América y la del total mundial, en 1997 el Istmo Centroamericano notó una gran recuperación en el ritmo de crecimiento de la llegada de turistas internacionales, logrando una tasa de 10.7% respecto de 1996. Esto fue causado por el fuerte aumento que tuvieron casi todos los países de la región, como por ejemplo, El Salvador (36%), Nicaragua (13.2%) y Panamá (11%). Para ese mismo año, la participación de las llegadas de turistas al Istmo en el total de llegadas a la región de América aumentó a 2.4%, y 0.48% en el total de llegadas mundiales.

El comportamiento de la llegada de turistas internacionales fue distinto en cada país, observándose diferentes ritmos de crecimiento (véase el cuadro 15). El año 1995 fue muy favorable para la región en su conjunto, y El Salvador y Guatemala lograron un crecimiento positivo recuperándose de la caída sufrida el año anterior (véase el gráfico 4). El resto de los países, aunque disminuyó su ritmo de crecimiento, registró tasas positivas. En comparación con los países de Centroamérica, la República Dominicana creció a un ritmo mucho menor (3.4% para el mismo año).

Costa Rica, particularmente, tuvo una notable reducción en el ritmo de su crecimiento, de 11.3% a 3.2% entre 1994 y 1995, para finalmente retroceder en 1996 con una tasa negativa de 0.5%. Hay que recordar que Costa Rica ha tenido una promoción turística muy activa desde hace años atrás y quizá haya llegado a un nivel de estabilidad descuidando su sector, mientras que el resto de países está ahora desarrollando la promoción que años antes no consideró.

En 1996 se redujo nuevamente el ritmo de crecimiento de la región. Costa Rica, Honduras y Guatemala incluso registraron un comportamiento negativo de este indicador. En este año, la República Dominicana logró un aumento en la llegada de turistas de 8.5% con relación a 1995, sólo inferior al de El Salvador. El año 1997 fue importante en el desarrollo turístico de la región del Istmo Centroamericano en su conjunto. Los países que habían mostrado un crecimiento negativo, como Costa Rica, Guatemala y Honduras, se recuperaron y el resto observó altas tasas de incremento positivas.

En el gráfico 7 se observa que Costa Rica se sigue manteniendo en un nivel (absoluto) de recepción de turistas por encima del resto de los países, seguido por Guatemala. Nicaragua y Panamá han presentado un flujo creciente de éstos a lo largo del período. La República Dominicana es el país que recibe el mayor número de turistas anualmente y en la actualidad representa más del 75% del total de llegadas de turistas a Centroamérica.

En cuanto a los ingresos recibidos por la visita de turistas (véase el cuadro 16), se puede ver que la región tuvo un aumento durante el período, pasando de 1,300 millones de dólares en 1993 a 1,700 millones de dólares en 1997, con una tasa de crecimiento anual promedio de 7.3%, porcentaje inferior al promedio de América en conjunto (7.4%) y de los ingresos totales mundiales (8.5%).

El ritmo de crecimiento de los ingresos recibidos por los visitantes internacionales durante el período fue también muy variado, similar al observado en la llegada de turistas. En 1994 y 1996 hubo tasas de crecimiento anual inferiores a los años anteriores respectivos, mientras que en 1995 y 1997 fueron superiores. Por este motivo la participación de los ingresos por turismo en el Istmo Centroamericano, tanto en el total de ingresos recibidos en América como en el total de ingresos mundiales, se ha comportado también de manera variable. Así, los ingresos turísticos centroamericanos, que tenían en 1993 una participación de 0.42% en los ingresos mundiales, después de caer a 0.38% en 1996, vieron una ligera recuperación en 1997 al llegar a 0.40%.

Frente a la región de América en su conjunto, los ingresos del Istmo aumentaron su participación ligeramente entre 1994 y 1995 (de 1.48% a 1.49%) y, tras disminuir en 1996 a 1.46%, observaron una ligera recuperación en 1997 (1.47%).

En 1994, El Salvador y Guatemala fueron los únicos países de la región que registraron una disminución de los ingresos percibidos en relación con el año anterior (-28.9% y -2.6%, respectivamente). El resto observó altas tasas de crecimiento positivas. En 1995, la región en conjunto creció más que el año anterior (8.1%), ya que todos los países presentaron un crecimiento positivo (El Salvador, a pesar de su tasa positiva en la llegada de turistas, tuvo un crecimiento negativo en sus ingresos). En 1997, tras la recuperación de la llegada de turistas a la región, los ingresos para cada país incrementaron su tendencia a la alza, con lo que la tasa de crecimiento del Istmo (8.2%) fue mayor que el incremento de los ingresos totales observados en América (7.3%) y en el total mundial (2.3%).

En este año sobresale Nicaragua con un aumento de 44% respecto de 1996. Esto hace suponer que durante este período Nicaragua ha desarrollado una promoción intensa de su sector turismo, donde probablemente la visita de excursionistas o visitantes de un solo día ha jugado un papel importante.³⁹ El Salvador y Guatemala también presentan en 1997 una alta tasa de crecimiento de los ingresos (14.5%). Costa Rica, que en este mismo año logró una recuperación ligera en cuanto a la llegada de turistas, continuó con la misma tendencia de desaceleración del crecimiento de sus ingresos que ha observado en todo el período. Al existir cada vez mayor oferta turística en el resto de los países de la zona, es posible que la estadía de los visitantes en Costa Rica sea de menos días, lo que puede contribuir a este resultado negativo.

En general, los ingresos por turismo internacional en los distintos países de la región han sido mayores a los de la llegada de turistas. Esto puede ser debido a que, como ya se indicó, los ingresos incluyen, además de las llegadas de turistas (con estadía de una noche o más), a los visitantes de un solo día o excursionistas.

En lo que se refiere a los ingresos por turismo en valores absolutos, Costa Rica y Guatemala se mantienen en un nivel por encima del resto de los países, al igual que en las llegadas de turistas. Sin embargo, permanecen por debajo del nivel de la República Dominicana, que ha recibido a partir de 1994 mayores ingresos que los del Istmo Centroamericano en su conjunto.

³⁹ Téngase en cuenta que en el concepto de ingresos se incluyen también los gastos realizados por los visitantes.

La participación de los gastos realizados por visitantes internacionales de la región centroamericana al exterior (véase el cuadro 17) en el total mundial se ha mantenido constante durante el período con una ligera disminución entre 1994 y 1995 (de 0.25% a 0.23%). Guatemala fue el país con mayor crecimiento en 1994 (38.8%), y disminuyó su ritmo hasta un retroceso de -4% en 1996. En 1995 se redujo también la tasa de crecimiento de este indicador en los países de la subregión, excepto en Nicaragua, donde aumentó el gasto en 33.3% respecto de 1994 y se mantuvo un fuerte crecimiento en 1996 (el mayor de todos los países con 50%). La República Dominicana, por el contrario, ha reducido sus gastos por turismo internacional en los últimos años.

En Costa Rica, 81.5% del total de turistas que llegaron en 1997 proceden de la región de América. De éstos, 347,700 turistas provienen de Norteamérica (véase el cuadro 18 y siguientes) y representan 52.5% del total de turistas provenientes de la región. Los que llegan de otros países de Centroamérica constituyen 37.34% de los turistas provenientes de América. El principal motivo para elegir Costa Rica como destino turístico durante el período 1993-1996 ha sido el ocio, la recreación y las vacaciones, y se ha utilizado la vía aérea como medio principal de llegada. La oferta hotelera disponible en ese país durante 1996 fue de 13,128 cuartos de hotel, es decir, 14.8% de la oferta de cuartos disponibles en el conjunto de Centroamérica y la República Dominicana. Los ingresos por turismo para Costa Rica representaron en 1997 15.9% de las exportaciones totales de bienes y servicios.

A El Salvador llegaron un total de 336,700 turistas procedentes de la región de América, lo que representa 87.5% del total en 1997. De éstos, 48.9% proviene de Centroamérica y 45.7% de Norteamérica. La vía aérea es también el medio más utilizado y el principal motivo de los viajes es el ocio, la recreación y las vacaciones.

El Salvador cuenta con 4.52% de la oferta de cuartos de hotel en Centroamérica y la República Dominicana y sus ingresos por turismo representaron en 1997 3.2% del total de las exportaciones de bienes y servicios.

En 1997 los turistas provenientes de la región de América hacia Guatemala representaron 79.3% del total. El 53% procedía de Norteamérica y el 40.3% de Centroamérica. El transporte aéreo fue su principal vía de llegada (en 1997) y el ocio, la recreación y las vacaciones su principal motivo (en 1996). Guatemala poseía 16.7% del total de cuartos de hoteles de la región en 1997. Sus ingresos por turismo supusieron 10% del total de ingresos por exportaciones de bienes y servicios en ese mismo año.

Honduras recibió en 1996 un total de 224,900 turistas procedentes de América (54.6% de Norteamérica y 39.8% de Centroamérica). En 1997 sus ingresos por turismo representaron 5.46% del total de exportaciones de bienes y servicios.

El 89% de los turistas que llegaron a Nicaragua en 1997 procedían de América y 72% de éstos eran de origen centroamericano, por lo que su medio de transporte principal fue el terrestre y sus motivos más habituales los negocios y las actividades profesionales. La oferta nicaragüense de cuartos de hotel fue en ese año de sólo 2.6% del total de cuartos disponibles en el conjunto de países del Istmo Centroamericano y la República Dominicana. Sus ingresos turísticos representaron 8.53% del total de exportaciones de bienes y servicios.

A diferencia de los países anteriores, los turistas que recibió Panamá en 1997 provenían principalmente de Sudamérica y representaron el 34.3% del total de turistas de América que llegaron al país. El 73.6% llegó por vía aérea y 14.6% por vía marítima. Los ingresos turísticos fueron equivalentes a 4.5% del total de ingresos por exportaciones de bienes y servicios.

La República Dominicana encuentra como principal mercado los turistas provenientes de Europa (45.8% del total de llegadas en 1997). En cuanto a los turistas de la región de América, 76.9% procede de Norteamérica y 17.4% de Sudamérica. En 1997, 46.1% de la oferta de cuartos de hotel de la región centroamericana y la República Dominicana se encontraba en este último país y la importancia del sector en la isla se refleja con la participación de una tercera parte de los ingresos por turismo en sus ingresos por exportación de bienes y servicios.

El análisis de estos indicadores permite tener un panorama sobre la situación del sector y su evolución. Así, durante el período 1993-1997:

- La llegada de turistas internacionales a la región de Centroamérica ha tenido un crecimiento positivo, aunque a un ritmo muy variado. En 1995 todos los países del Istmo incrementaron sus llegadas. El crecimiento negativo de Costa Rica, Guatemala y Honduras en 1996 redujo la participación de la región en el mercado de América y del mundo. El aumento a altas tasas positivas de la mayoría de los países consolidó la recuperación.
- La participación del Istmo Centroamericano en el total mundial de llegadas ha sido relativamente constante, situándose en 1997 con el 0.48% del total mundial. Su participación en América es de 2.43% en 1997 (con menores participaciones en 1994 y 1996).
- Costa Rica y Guatemala dominan el mercado con una llegada de turistas en números absolutos mayor que el resto de los países del Istmo. Su participación conjunta en el total del mercado centroamericano entre 1993 y 1995 fue superior al 50% y disminuyó en 1996 y 1997 a poco más del 45%. Sus menores niveles de crecimiento muestran que estos dos países están enfrentando una mayor competencia con el resto de los países de la región que en años anteriores no se daba.
- Costa Rica ha ido reduciendo su ritmo de crecimiento durante el período analizado, hasta pasar a ser negativo en 1996, al igual que sucedió con Guatemala. En 1997 Costa Rica recuperó su nivel de crecimiento aunque a menor ritmo que el mostrado por el resto de los países. Guatemala experimentó un incremento importante, lo que hace ver que ambos han retomado la atención a la promoción turística que confiadamente habían descuidado.
- Nicaragua, creciendo también a un menor ritmo a lo largo del período, es el único país de la región que ha mantenido una tasa de crecimiento anual superior al 10%.
- El Salvador ha presentado las mayores tasas de crecimiento en los últimos dos años, por encima del 20%.
- Honduras, después de un gran retroceso en 1996, pudo recuperarse ligeramente en 1997, aunque sin llegar al nivel de 1995.

- Panamá aumentó su ritmo de crecimiento en 1997 después de una desaceleración entre 1993 y 1996 y se mantiene como el tercer país receptor de turistas de la región.

- La República Dominicana, fue el principal receptor de turistas en relación con el resto de los países analizados durante todo el período. En 1995 observó un crecimiento menor al de todos los países del Istmo Centroamericano (sólo ligeramente por encima de Costa Rica), pero en 1997 su tasa superó a la del resto de los países, excepto de El Salvador, con lo que llegó a representar poco más del 75% del total de llegadas de turistas al Istmo.

- En cuanto a los ingresos recibidos por visitantes internacionales en la región del Istmo Centroamericano, se nota un comportamiento similar al de la llegada de turistas. La participación en el total mundial durante el período ha sido constante, con una ligera disminución entre 1994 y 1995, para volver en 1997 al mismo nivel de 0.40% observado en 1994. En relación con el total de América, su participación pasó de 1.49% en 1995 (su mayor nivel), a 1.47% en 1997 con una tasa de crecimiento de 8.2% con respecto a 1996 (inferior a la de llegada de turistas).

- Costa Rica mantiene (al igual que en la llegada de turistas) la mayor participación en el total de ingresos del Istmo. Sin embargo, ha sufrido a partir de 1994 una disminución constante en el ritmo de crecimiento de los ingresos recibidos, así como de su participación en el mercado centroamericano.

- A partir de 1994 Guatemala es desplazada del segundo lugar del Istmo Centroamericano en ingresos por turismo por Panamá; aunque observó una disminución constante de su participación en el total de Centroamérica durante el periodo, que logró incrementarla en 1997, todavía queda por debajo del nivel de Panamá.

- Durante el período, Nicaragua ha aumentado constantemente su participación en el total de ingresos recibidos en el Istmo.

- Panamá disminuyó su ritmo de crecimiento en los dos últimos años del período. Sin embargo, mantiene una participación creciente en el total del Istmo.

- Desde 1994 la República Dominicana obtiene mayores ingresos que el total de ingresos recibidos por todos los países del Istmo en conjunto, manteniendo, por tanto, una mayor participación en el total de ingresos mundiales, así como en el total de ingresos de América.

- El gasto por turismo internacional realizado por los países del Istmo Centroamericano redujo su participación en el total mundial entre 1994 y 1995 de 0.25% a 0.23%. En relación con el total de gasto en América, Centroamérica aumentó ligeramente su participación de 1.07% en 1994 a 1.09% en 1996, siendo 1995 el año en que mayor participación alcanzó.

- Costa Rica y Guatemala han reducido, su tasa de crecimiento en los anteriores indicadores, así como su nivel de gasto durante el periodo y, por tanto, su participación en el total de gasto del Istmo Centroamericano.

- Nicaragua ha observado altas tasas de crecimiento en el gasto por turismo aumentando su participación en el total del Istmo entre 1994 y 1996. El resto de los países ha

mostrado menores tasas de crecimiento comparadas con los otros dos indicadores y una disminución de su participación en el total del Istmo de 1995 a 1996.

- Con respecto a la llegada de turistas, en 1997 se encuentra en primer lugar Costa Rica con 811,000. Le siguen en orden descendente Guatemala (576,000), Panamá (402,000), El Salvador (385,000), Nicaragua (350,000) y Honduras (257,000). La República Dominicana se sitúa, en el mismo año, por encima de todos ellos, con un total de 2.2 millones de turistas recibidos.

- En cuanto a los ingresos recibidos por turismo, Costa Rica ocupa también el primer lugar con un total de 752 millones de dólares. Le siguen Panamá (374 millones), Guatemala (325 millones), Honduras (120 millones), El Salvador (87 millones) y Nicaragua (80 millones). La República Dominicana recibió por este concepto en el mismo año un total de 2,106 millones de dólares.

- En 1997, el gasto por turismo de Costa Rica fue de 335 millones de dólares, lo que sitúa a este país por encima del resto. Guatemala gastó 167 millones, Panamá 136 millones, El Salvador 75 y Honduras y Nicaragua 60 cada uno. El gasto que realizó la República Dominicana en ese año fue de 203 millones, situándose por debajo de Costa Rica.

Durante el período considerado ha existido una fuerte competencia entre los distintos países del Istmo Centroamericano por una mayor captación de turistas y de los ingresos generados por éstos. A pesar de que Costa Rica y Guatemala siguen siendo los países más importantes de la región, han ido perdiendo fuerza ante el crecimiento del resto de los países. Las altas tasas de crecimiento registradas en 1997 en relación con el año anterior revelan una consolidación del fomento turístico que han venido realizando todos los países de la región, lo que coloca al Istmo Centroamericano con un nivel de crecimiento superior al de toda América y del mundo.

Sin embargo, los muy variados ritmos de crecimiento de cada país sugieren que cada uno ha actuado en un sentido propio, lo que ha llevado a una pérdida de mercado de unos y una ganancia de otros, descuidando el potencial de crecimiento que se puede lograr al ofrecer un producto turístico regional conjunto.

Las posibilidades de integración de la región podrían tener un efecto positivo en la participación de mercado. Con una estrategia unificada, los países pueden crear un solo mercado regional, favoreciendo así a los consumidores internacionales que, con productos multidestinos, pueden acceder a una gran diversidad de opciones turísticas en una misma región.

Si se construye un solo mercado en los países del Istmo, la región puede fortalecerse frente a los demás mercados geográficos cercanos, es decir, la República Dominicana, el Caribe y el destino Mundo Maya de México ⁴⁰ que se extiende por el sur hacia Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador.

⁴⁰ De acuerdo con la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), incluye a Campeche, Campeche, Cancún y Cozumel, Quintana Roo, Mérida, Yucatán, San Cristóbal y Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, y Villa Hermosa, Tabasco.

En el gráfico 12.a se muestra la participación de la llegada de turistas internacionales en 1995.⁴¹ Si se consideran las distintas áreas geográficas de la República Dominicana, el Caribe, México-Mundo Maya y Centroamérica como una sola región geográfica, resulta evidente su importancia a nivel mundial, ya que con un total de 18.9 millones de turistas representa 3.4% del total de llegadas mundiales y 17.1% de América (véase el cuadro 27).

El Caribe tiene la mayor participación de mercado en la región definida, disminuyendo entre 1993 y 1995 de 65.2% a 64.7%, respectivamente. México-Mundo Maya recibió en 1993 dos millones de turistas y aumentó su captación en 1995 a 2.3 millones, de forma que su participación en el mercado regional pasó de 11.8% a 12.2%. La llegada de turistas a la República Dominicana⁴² se mantuvo prácticamente en el mismo nivel de participación en el total del mercado regional entre 1993 y 1995 (9.3%).

En conjunto, la zona de Centroamérica representó en 1993 el 13.6% de las llegadas de turistas a la región, con un total de 2.3 millones de turistas. En 1995, las llegadas ascendieron a 2.6 millones, lo cual se reflejó en un ligero aumento de la participación regional (13.7%). La región del Istmo Centroamericano considerada como un solo mercado fortalece su posición frente a los otros mercados geográficos y le permite ocupar el segundo lugar en importancia después del Caribe.

El mercado del Caribe tiene como principal atractivo el turismo de cruceros, por lo que se puede separar del resto de la región. El resultado sería un mercado formado por Centroamérica, México-Mundo Maya y la República Dominicana. Así, con la llegada de 5.9 millones de turistas en 1993 y de 6.6 millones en 1995 a la región determinada, se tiene que México y la República Dominicana participan en 1995 con 61.1% del total de llegadas de turistas a su mercado regional, pasando el primero de 33.8% en 1993 a 34.5% en 1995, y el segundo, de 26.9% a 26.6% en el mismo período. (Véase el gráfico 12.b).

Costa Rica y Guatemala participan juntas con 20.2% de las llegadas de turistas a la región y Panamá incrementa en este mercado su participación de 5% a 5.2% entre 1993 y 1995. En conjunto, el mercado centroamericano presenta una disminución de su participación en el mercado regional, pasando de 39.3% del total a 38.9%⁴³ en los mismos años.

Considerando ahora que la República Dominicana destaca principalmente por su turismo de playa de altos ingresos, es posible definir otra subregión que trate únicamente a Centroamérica y a México-Mundo Maya (véase el gráfico 12.c), lo que supone en 1995 un total de 4.9 millones de turistas. México aumentó su participación en la llegada de turistas totales entre 1993 y 1995 de 46.2% a 46.9%, y quedó por encima de Costa Rica y Guatemala que juntos representaron 27.5% del mercado.

⁴¹ Se considera 1995 dado que para el Mundo Maya sólo se obtuvo información hasta ese año.

⁴² Se considera a la República Dominicana, independientemente de la región del Caribe, ya que por desarrollar una política de promoción turística de avances significativos, puede analizarse en forma separada con el objeto de retomar sus experiencias para los países de Centroamérica.

⁴³ A pesar de que este fue un buen año para la llegada de turistas en cada país en particular.

Por el contrario, el Istmo Centroamericano en su conjunto, que representa más del 50% de este mercado, disminuyó nuevamente su participación entre 1993 y 1995, pasando de 53.8% a 53% del total.

En suma puede afirmarse que Centroamérica se encuentra geográficamente localizada en una zona de gran importancia turística, donde las zonas del Caribe (cuyo principal mercado son los cruceros), la República Dominicana (con turismo de playa de altos ingresos) y la zona Mundo Maya de México (el mercado común entre México y Centroamérica) tienen la mayor participación.

El crecimiento notable que países como Nicaragua, El Salvador o Panamá han experimentado en sus indicadores básicos de turismo (llegada de turistas internacionales, ingresos por turismo internacional y gastos por turismo internacional), ha mostrado la capacidad de la región para desarrollar un sector turístico atractivo a las necesidades de la demanda internacional. Más aún, Costa Rica y Guatemala, que sufrieron un retroceso en estos indicadores de turismo, han retomado en el último año la fortaleza que les dio el haber sido los primeros en promover el desarrollo turístico.

Sin embargo, los resultados del esfuerzo individual por lograr un desarrollo del sector pueden verse incrementados si se considera al Istmo Centroamericano como una región de gran diversidad turística capaz de ofrecer productos para aquellos segmentos en crecimiento de la demanda internacional, como son el ecoturismo, turismo cultural y de conservación de la naturaleza o el turismo de negocios.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) (1994), *The Results of the Uruguay Round of the Multilateral Trade Negotiations*, The Legal Texts, Ginebra.
- Acuña Ortega, Marvin (1996), *Costa Rica: Turismo de Masas o Sostenibilidad. Lecciones de un Desarrollo Turístico Reciente*, Heredia, Costa Rica, Universidad Nacional, Centro Internacional en Política Económica para el Desarrollo Sostenible.
- Acuña Ortega, Marvin y Jeffrey Orozco Barrantes (1997), *Fortaleciendo las Perspectivas para el Desarrollo Sostenible en Costa Rica*, editado por el WWF for Nature y el Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible, Costa Rica.
- (1997), *Costa Rica: Turismo Sostenible y Responsabilidad Empresarial*, Heredia, Costa Rica Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible, Universidad Nacional.
- Asociación de Estados del Caribe (1997), "Segunda Reunión del Comité Especial de Turismo", ciudad de México, mimeo.
- Banco Central de la República Dominicana (1998), *El Turismo en la República Dominicana, 1993-1997*, República Dominicana, Departamento de Cuentas Nacionales y Estadísticas Económicas.
- Banco Central de la República Dominicana, Organización Mundial de Turismo (OMT) (1996), *Experiencia de la República Dominicana en la Implementación de la Cuenta Satélite de Turismo, 1991 (Versión Preliminar)*, Santo Domingo, República Dominicana, 1996.
- Box, Ben (1996), *Mexico and Central America. Handbook*, Footprint Handbooks Limited, Inglaterra.
- CARICOM (Comunidad del Caribe) (s/f), "Acuerdo para el Establecimiento del Área de Libre Comercio entre la República Dominicana y la Comunidad del Caribe", República Dominicana, mimeo.
- Carner, Francoise (1990), *América Latina y el Caribe: El Comercio de Servicios en Turismo y las Negociaciones de la Ronda Uruguay*, (LC/R.937), CEPAL, Santiago de Chile.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (1996), *Readiness of Small Countries to Participate in the Free Trade Area of the Americas (FTAA)* (LC/MEX/L.295), México, marzo.
- (1997), *Diagnóstico de la institucionalidad regional centroamericana*, (LC/MEX/R.581/Rev.1), México.

- (1997), *Istmo Centroamericano: Series históricas macroeconómicas, 1950-1996* (LC/MEX/L.343), México.
- (1998), *Centroamérica: Evolución de la integración económica durante 1997*, (LC/MEX/L.347), México.
- (1998), *The Scope and Timing of Future Multilateral Trade Negotiations*, Ginebra, mimeo.
- Colas, Bernard (1990), *Accords Economiques Internationaux. Répertoire des Accords et des Institutions*, La Documentation Française, París.
- Contraloría General de la República de Panamá, Dirección de Estadística y Censo (1997), *Panamá en Cifras*, Panamá.
- Cooper, C., J. Fletcher, *et al.* (1997), *Turismo. Principios y Práctica*, Editorial Diana, México.
- Declaración Conjunta, III Reunión de Jefes de Estado y de Gobierno de los Paises Integrantes del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla (1998), San Salvador, El Salvador, mimeo.
- Diario de Centro América (1998), "Decreto No. 9-98. Ley de Inversión Extranjera", Congreso de la República de Guatemala, Guatemala, marzo.
- Eriksson, Sophia/Eurostat (1998), "A Tourism Satellite Account in the European Framework. Is there a Need?", Paper presented at the 4th International Forum on Tourism Statistics, Copenhagen.
- Gaceta Oficial, Órgano del Estado, "Decreto Ley No. 4", febrero 12, 1998, Panamá.
- Goodstein, Eban S. (1995), *Economics and the Environment*, Prentice-Hall, Nueva Jersey.
- Hartl-Nielsen, Ann y Charlotte Romer Rassing (1998), "Survey of Visitors to Bornholm", Paper presented at the 4th International Forum on Tourism Statistics, Copenhagen.
- Holloway, J. C. (1994), *El Negocio del Turismo*, Editorial Diana, México.
- Horwath, American Express (1998), *Caribbean, Hotel Industry Study*, Caribbean Hotel Association, Caribbean Tourism Organization.
- Horwath, Visa (1997), *La Industria Hotelera Dominicana*, ASONAHORES, República Dominicana.
- INCAE (Instituto Centroamericano de Administración de Empresas) (1997), *Turismo en Costa Rica. El Reto de la Competitividad*, Costa Rica, Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible.

- (1997), *Turismo en El Salvador. El Reto de la Competitividad*, Costa Rica, Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible.
- (1997), *Turismo en Guatemala. El Reto de la Competitividad*, Costa Rica, Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible.
- (1997), *Turismo en Honduras. El Reto de la Competitividad*, Costa Rica, Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible.
- (1997), *Turismo en Nicaragua. El Reto de la Competitividad*, Costa Rica, Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible.
- (1997), *Turismo en Panamá. El Reto de la Competitividad*, Costa Rica, Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible.
- Inman, Cris (1998), "The Case of Ecotourism in Costa Rica", in *Global Product Chains: Northern Consumers, Southern Producer, and Sustainability*, Environment and Trade 15, PNUMA.
- Instituto Costarricense de Turismo (1995), *Normas que Regulan las Empresas y Actividades Turísticas*, Costa Rica.
- (1996), *Anuario Estadístico de Turismo*, San José, Costa Rica, Departamento de Desarrollo.
- (1997), *Certificación Sostenibilidad Turística*, San José, Costa Rica, Departamento de Recursos Naturales.
- Instituto Guatemalteco de Turismo (1991), *Legislación Turística. Ley Orgánica del INGUAT*, Guatemala.
- Instituto Panameño de Turismo (1994), "Decreto por el cual se Promueven y Reglamentan las Actividades Turísticas en la República de Panamá", Panamá.
- International Trade Centre UNCTAD/WTO (1996), *Business Guide to the Uruguay Round*, ITC, UNCTAD/WTO, Commonwealth Secretariat, Ginebra.
- Kuwayama, Mikio (1997), *El Acceso a los Mercados de Servicios: Desafíos y Oportunidades para América Latina y El Caribe* (LC/R.1762), División de Comercio Internacional, Transporte y Financiamiento, Santiago de Chile.
- Lapierre, J. y Hayes, Duane (1994), *The Tourism Satellite Account*. Statistics Canada, National Accounts and Environment Division, Canadá.
- Lapierre, J., S. Meis, y J. Joisce (1994), Paper "The Canadian Tourism Satellite Account: A Case Study of a New Tool for Measuring Tourism's Economic Contribution", Canada.

- Manente, Mara y Valeria Minghetti (1998), "Surveying Visitors and Tourists Itineraries. The case of the Archeological Area of Pompeii and Herculaneum", Paper presented at the 4th International Forum on Tourism Statistics, Copenhagen.
- Masri, Sofía y Luis Ma. Robles (1997), *La Industria Turística: Hacia la Sustentabilidad*, Editorial Diana, México.
- McIntyre, George (1993), *Desarrollo Turismo Sostenible. Guía para Planificadores Locales*, Organización Mundial de Turismo.
- McNeely, Jeffrey A. (1997), "Tourism and Biodiversity: a natural Partnership", presented at the Symposium on Tourism and Biodiversity, Suiza.
- Morales, Ma. Isabel (1996), "Integración en el Sector de los Servicios en Centroamérica y Panamá", CEPAL, Santiago de Chile, mimeo.
- OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico) (1991), *Inventory of Measures Perceived as Obstacles to International Tourism in the OECD Area* (OCDE/GD(91)116. OECD), París.
- (1991), *Manual de Cuentas Económicas de Turismo*, París, Comité de Turismo.
- (1996), *Tourism Statistics. Design and Application for Policy*, París.
- (1997a), *Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries* (OCDE/GD(97)173 OECD), París.
- (1997b), "Conference on Partnerships in Tourism: a Tool for Job Creation", Roma.
- (1998), *Open Markets Matter. The Benefits of Trade and Investment Liberalization*, París.
- (1998), *A tourism Satellite Account for OECD Countries*, Draft Version. París.
- OEA (Organización de los Estados Americanos, Unidad de Comercio) (1997), *Acuerdos de Comercio e Integración en las Américas. Un Compendio Analítico*, Washington, D.C.
- (1997), *Free Trade Area of the Americas. Provisions on Trade in Services in Trade and Integration Agreements of the Western Hemisphere*, Washington, D. C.
- OMC (Organización Mundial de Comercio) (1997), *Capítulo Especial: el Comercio y la Política de Competencia*, Informe Anual, Ginebra.
- (1998), *Conferencia Ministerial*, Informe Anual, 1997 (WT/MIN(98)/3/Add.1). Ginebra, Suiza.
- OMT (Organización Mundial de Turismo) (1996), "Seminario sobre Turismo y Nuevas Tecnologías de la Información", Madrid.

- Pearce, David W. y R. Kerry Turner (1990), *Economics of Natural Resources and the Environment*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Plan de Acción de la Reunión Tuxtla II (1996), San José, Costa Rica, mimeo.
- Plan de Acción II Cumbre de las Américas (1998), Santiago, Chile, mimeo.
- Porter, Michael E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, Nueva York.
- Ramírez Blanco, Manuel (1992), *Teoría General de Turismo*, 2a. edición, Editorial Diana, México.
- Revista "Análisis. Revista Económica de Panamá y Centroamérica", vol. XIX, agosto de 1997, Editorial Revistas Interamericanas, S. A. Panamá.
- Revista "Costa Rica. Guide 1998", Editorial The Tico Times, S. A., San José, Costa Rica.
- Revista "Destination Honduras", Publicación anual de ABC International Publishing Corporation para La Cámara de Turismo de Honduras, Honduras.
- Revista "Honduras Tips", volume 5, num. 1, verano-primavera 1998. Edit., La Nación/Diario El Nuevo Día, San Pedro Sula, Honduras, Honduras.
- Revista "Mundo Maya", año 6, No. 14, Editorial Organización Tips, Cancún, Quintana Roo, México.
- Revista "Tecnitur. Análisis Turístico", año XII, no. 67, marzo-abril de 1998, ICT, San José, Costa Rica.
- Revista "Vuelo. Mundo Maya", abril de 1998. Compañía Mexicana de Aviación. Editorial Medios Publicitarios Impresos, S.A. de C.V., México.
- Rodríguez Salmones, Natalia (1998), *The Use of Statistical Operations at Frontiers for Estimating Tourism Spending in the Context of Free Movement of People*, Paper presented at the 4th International Forum on Tourism Statistics. Copenhagen.
- SECOFI (Secretaría de Comercio y Fomento Industrial) (1994), *Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Costa Rica*, México.
- Sojo, Carlos (comp.) (1997), *Centroamérica: La Integración que no Cesa*, Cuaderno de Ciencias Sociales, Costa Rica, FLACSO.
- Statistics Canada (1996), *Guide to the National Tourism Indicators. Sources and Methods*, Statistics Canada, National Accounts and Environment Division, Canadá.
- (1998), *National Tourism Indicators. Quarterly Estimates*, First Quarter 1998, Statistics Canada, Income and Expenditure Accounts Division, Canada.

Tratado de Libre Comercio Centroamérica-República Dominicana (1998), s/a. Santo Domingo, República Dominicana.

Troncoso, Bolívar (s/f), *Conferencia: Ecoturismo, Perspectiva y Desarrollo*, República Dominicana, Secretaría de Estado de Turismo, mimeo.

----- *Propuesta para la Categorización de las Empresas y Microempresas Ecoturísticas*, República Dominicana, Secretaría de Estado de Turismo, mimeo.

----- *Propuesta para una Estrategia Nacional de Desarrollo Ecoturístico*, República Dominicana, Secretaría de Estado de Turismo, mimeo.

UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo) (s/f), "Base de Datos del UNCTAD sobre Medidas que afectan el Comercio de Servicios MAST en República Dominicana".

United Nations (1993), *System of National Accounts*, Statistical Papers, serie M no.4, rev.3. UN, IMF, WB, OECD, EEC, Nueva York.

United Nations, World Tourism Organization (1994), *Recommendations on Tourism Statistics*, Nueva York.

Vialle, Olivier (1994), *Global Distribution Systems in the Tourism Industry*, WTO, Madrid.

WTO (World Tourism Organization) (1991), *Tourism to the Year 2000. Qualitative Aspects Affecting Global Growth*, Discussion Paper, Madrid.

----- (1995), *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics*, Madrid.

----- (1997), *Compendium of Tourism Statistics*, Seventh Edition, Madrid.

----- (1997), *The World. Tourism Market Trends*, Madrid.

----- (1998), *Discussion Material on Tourism Product Code, SICTA, Characteristicity and other Related Classifications*, Presentation for the Sixth Meeting of the Steering Committee. Madrid.

----- (1998), *Tourism Satellite Account (TSA)*, 3rd Draft/Rev.1, Madrid.

----- (1998), *Toward Conclusive Measurement of Tourism Impact: Consumer Durables in the Tourism Satellite Account*, Presentation for the Sixth Meeting of the Steering Committee, Madrid.

World Tourism Organization-Ministry of Tourism of Israel (1993), *Investments and Financing in the Tourism Industry*, Papers presented at The First International Conference on Investments and Financing in the Tourism Industry, Jerusalén.

WTO/UNEP (World Tourism Organization, United Nations Environment Programme), United Nations Environment Programme, *Development of National Parks and Protected Areas of Tourism*, Madrid.

WTO/World Travel Tourism Council and Earth Council (1996), *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry. Towards Environmentally Sustainable Development*, Londres.

WTTC (World Travel and Tourism Council), *Travel and Tourism's Economic Impact. The Basics*. WTTC, Londres.

WTTC/WEFA (1995), *The WTTC/WEFA Travel and Tourism Satellite Accounting Development Program*, WTTC/WEFA, Londres.

CUESTIONARIO DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE POMPEYA ¹

RESERVED FOR Ciset (*do not fill*)

Serial number of the questionnaire |_|_|_|_|

RESERVED FOR INTERVIEWERS					
First name and family name					
Date of the interview (day/month/year)					
Time of the interview (hour and minutes)					
Length of the interview (minutes)					

Have you already been interviewed? *(tick the number corresponding to the right answer)*

If YES, where?	• at the Church of Madonna in Pompeii	1	close the interview
	• at the archaeological area of Herculaneum	2	close the interview
If NO		3	go on

- in Italy (Region, Province and City)
- abroad (Country of residence)

¹ Tomada de *Surveying visitors and tourist itineraries. The case of the archaeological area of Pompeii and Herculaneum*, ponencia presentada en el Cuarto Foro Internacional de Estadísticas de turismo (1998) por Mara Manente y Valeria Minghetti, del Ciset – Universidad de Venecia. Aunque este cuestionario se refiere a dos atractivos culturales específicos en Italia, se pueden tomar algunas preguntas como ejemplo para la elaboración de encuestas turísticas.

Form 1. Opinions on the visit and itinerary chosen**2. Why have you visited the Pompeii excavations?**

- Cultural interest 1
- Professional interest 2
- Curiosity 3

3. How important was this attraction in your decision to visit the Campania region?

- Very unimportant 1
- Unimportant 2
- Indifferent 3
- Important 4
- Very important 5

4. Did the visit satisfy you?

- Very much 1
- Much 2
- Not a lot 3
- Not at all 4

5. The entrance fee is:

- Too expensive 1
- Reasonable 2
- Cheap 3
- No answer 4

6. Have you already visited or are you going to visit the Church of Madonna in Pompeii and/or the Herculaneum excavations during this trip?

- YES 1
- NO, you only visit Pompeii 2

6.1 If YES, please state what attraction(s) you have visited and/or you are going to visit (*select a. b., or c. and then tick the number that corresponds to the answer*):

- | | | |
|-----------------------------------|--|---|
| a. the Church | • you have already visited the Church | 1 |
| | • you are going to visit the Church | 2 |
| b. Herculaneum | • you have already visited Herculaneum | 3 |
| | • you are going to visit Herculaneum | 4 |
| c. the Church +Herculaneum | • you have already visited both the Church and Herculaneum | 5 |
| | • you have already visited the Church and you are going to visit Herculaneum | 6 |
| | • you have already visited Herculaneum and you are going to visit the Church | 7 |
| | • you are going to visit both the Church and Herculaneum | 8 |

6.2. (Only if the person interviewed has replied NO to question 6)

Why have you decided to visit NEITHER the Church NOR Herculaneum?

- because you reside in the area and you already know them 1
- because you visited them some time ago 2
- because you are not interested 3
- because you have no time to do it 4
- other reasons (specify) 5

6.3. From your experience in Pompeii and/or Herculaneum areas, how would you rate the following local aspects? Please mark each item 1 to 5, where 1= unpleasant, 2= poor, 3= sufficient, 4= good, 5=excellent (Show the list to the respondent and tick the box corresponding to the answer)

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | You don't know |
|---|---|---|---|---|---|----------------|
| • cleanliness of urban areas | | | | | | |
| • quality of urban environment | | | | | | |
| • scenery, natural environment | | | | | | |
| • safety for tourists | | | | | | |
| • access by road and quality of the road network | | | | | | |
| • access by railway and quality of the rail network | | | | | | |
| • hotels and other accommodation establishments | | | | | | |
| • food, cuisine and catering services | | | | | | |
| • tourist information services | | | | | | |
| • friendliness of local people | | | | | | |

7. Have you already visited or are you willing to visit other attractions during this trip?

- YES 1 (go to question 7.1.)
- NO 2 (go directly to question 8)

7.1. If YES, what are these attractions? (multiple choice)

- Naples and Mount Vesuvius 1
- Torre del Greco 2
- Castellammare di Stabia 3
- Sorrento 4
- Positano 5
- Ravello 6
- Amalfi and the Amalfi Coast 7
- Ischia 8
- Capri 9
- Caserta 10
- Paestum 11
- Other (specify) 12

8. If a cumulative ticket for visiting both the archaeological areas of Pompeii and Herculaneum was sold (including the guided visit and other facilities), would you buy it?

- YES 1
- NO 2

- in Italy (Region, Province and City)
- abroad (Country of residence)

Form 2. Characteristics of the trip

a. The place of departure and the arrangements for the trip

9.-10. Where did you come from to visit Pompeii? From your place of residence or from another place? (Fill just one of the following schemes)

9. From your place of residence. If NO, go to question 10. If YES, go on

9.1. What is the place? (Name and province if the respondent resides in Italy; country if he/she resides abroad. See question 1)

.....

9.2. How far is it from Pompeii?

- from 0 to 20 Km (e.g. Pagani, Nocera Inf., Castellammare di Stabia) 1
- from 20 to 40 Km (e.g. Naples, Sorrento, Salerno) 2
- from 40 to 80 Km (e.g. Capri, Caserta, Avellino) 3
- from 80 to 150 Km (e.g. Ischia, Potenza, Cassino) 4
- over 150 Km 5

9.3. Where will you spend the next night?

- at home 1 (go directly to question 11)
 - in Pompeii 2
 - in another resort (specify) 3
-

9.4. If NOT at home, how many nights will you spend in that resort?

- 1 night 1
- 2-3 night 2
- from 4 to 7 nights 3
- from 8 to 14 nights 4
- from 15 to 21 nights 5
- more than 21 nights 6

9.5. What is the main purpose for staying there? (one choice)

- Leisure, recreation and holidays 1
 - Visiting friends and relatives 2
 - Business and professional 3
 - Attendance of congresses, fairs, etc. 4
 - Health treatments 5
 - Religious purposes 6
 - Other (specify) 7
-

9.6. In what type of accommodation will you stay?

- Hotel, pension 1
 - Tourist village 2
 - Campsite 3
 - Rented dwelling 4
 - Owned dwelling 5
 - Home of friends or relative 6
 - Monastery or similar establishment 7
 - Other (specify) 8
-

9.7. How did you arrange your trip in that resort?

- ⇒ You arranged the trip by yourself 1
 - ⇒ You applied to:
 - Tour operator/travel agency/ coach operator 2
 - Workers' recreational association 3
 - Parish association 4
 - Leisure association (e.g. archaeoclub, etc.) 5
 - Other (specify) 6
-

9.7.1. If you applied to an operator/association, what kind of service did they arrange for you?

- return travel only 1
- stay only (accommodation, local transport, etc.) 2
- a package trip (return travel + stay) 3

9.7.2. In the case you purchased the stay or a package trip, was the entrance fee to Pompeii included in the price you paid?

- YES 1
- NO 2

Go to question 11

10. From another place, away from home, where you are actually spending your time. If NO, go directly to question 11. If YES, go on

10.1 What is the name of the place? (specify)

.....

10.2. How far is it from Pompeii?

- from 0 to 20 Km (e.g. Pagani, Nocera Inf., Castellammare di Stabia) 1
- from 20 to 40 Km (e.g. Naples, Sorrento, Salerno) 2
- from 40 to 80 Km (e.g. Capri, Caserta, Avellino) 3
- from 80 to 150 Km (e.g. Ischia, Potenza, Cassino) 4
- over 150 Km 5

10.3. What is the main purpose for staying there? (one choice)

- Leisure, recreation and holidays 1
- Visiting friends and relatives 2
- Business and professional 3
- Attendance of congresses, fairs, etc. 4
- Health treatments 5
- Religious purposes 6
- Other (specify) 7

10.4. How did you arrange your trip in that resort?

- ⇒ You arranged the trip by yourself 1
- ⇒ You applied to:
 - Tour operator/travel agency/ coach operator 2
 - Workers' recreational association 3
 - Parish association 4
 - Leisure association (e.g. archeoclub, etc.) 5
 - Other (specify) 6

10.4.1. If you applied to an operator/association, what kind of service did they arrange for you?

- return travel only 1
- stay only (accommodation, local transport, etc.) 2
- a package trip (return travel + stay) 3

10.4.2. In the case you purchased the stay or a package trip, was the entrance fee to Pompeii included in the price you paid?

- YES 1
- NO 2

10.5. How many nights did you spend in that resort?

- 1 night 1
- 2-3 night 2
- from 4 to 7 nights 3
- from 8 to 14 nights 4
- from 15 to 21 nights 5
- more than 21 nights 6

10.6. In what type of accommodation did you stay?

- Hotel, pension 1
- Tourist village 2
- Campsite 3
- Rented dwelling 4
- Owned dwelling 5
- Home of friends or relative 6
- Monastery or similar establishment 7
- Other (specify) 8

10.7. Where will you spend the night after the visit?

- In the same resort where you spent the previous one 1
- In another place:
 - at home 2
 - in another resort (specify) 3

10.7.1. If in the SAME RESORT or in ANOTHER RESORT, how many nights are you going to spend there?

- 1 night 1
- 2-3 night 2
- from 4 to 7 nights 3
- from 8 to 14 nights 4
- from 15 to 21 nights 5
- more than 21 nights 6

Go to question 11**b. Means of transport used**

11. What means of transport did you use to reach Campania?

- Private car, motorcycle 1
- Private car + caravan 2
- Rented car 3
- Camper 4
- Public bus 5
- Coach 6
- Train 7
- Plane 8
- Ship/boat 9
- None of them, because you are resident in the region
or you are temporarily here for work reasons
(e.g. armed forces in Naples) 10

12. How did you arrive at Pompeii?

- By private car, motorcycle 1
- By private car + caravan 2
- By rented car 3
- By taxi 4
- By camper 5
- By public bus 6
- By coach 7
- By train 8
- Other (specify) 9

c. Travel party

13. Who are you travelling with?

- alone 1 *(go directly to question 14)*
- with family/friends 2 *(go to question 13.1)*
- with the class, the parish, a workers' recreational
association, etc. 3 *(go to question 13.1)*
- with the package group organised by a tour operator,
a bus operator or a travel agency 4 *(go to question 13.1)*

13.1. If you are travelling with other people, how many people? *(put the total number)*

13.2. How old are they? *(put the number of people in each age class)*

- 0-14 years no.
- 15-24 years no.
- 25-44 years no.
- 45-64 years no.
- 65 and over no.

Form 3. Information on the interviewee

14. Sex: M 1 F 2

15. Age :

- 6-17 years 1
- 18-26 years 2
- 27-35 years 3
- 36-42 years 4
- 43-50 years 5
- 51-59 years 6
- 60-65 years 7
- 66 and over 8

16. Level of education achieved:

- Primary education 1
- O level 2
- A level 3
- Bachelor of Arts or Science 4
- Master of Arts or Science 5
- Post lauream 6

17. Economic activity status and professional occupation

Economically active

- Entrepreneur, professional 1
- Manager 2
- Armed forces (professional soldier) 3
- White collar worker, clerk 4
- Teacher 5
- Craftsman 6
- Blue collar worker, Farmer 7

Not economically active

- Housewife 8
- Retired 9
- Student 10
- Person who is doing national service 11
- Unemployed 12

Thank you for your kind co-operation

ENCUESTA TURÍSTICA AÉREA 1998, COSTA RICA ¹

El Instituto Costarricense de Turismo está dirigiendo una encuesta para pasajeros internacionales. Si usted tiene 15 años de edad o más, por favor complete el siguiente cuestionario.

NO ESCRIBA SU NOMBRE. Cualquier información que usted suministre es estrictamente confidencial y será utilizada únicamente con propósitos estadísticos.

1. Nacionalidad: _____
 Lugar donde usted vive _____

País	Estado o Región	Ciudad
------	-----------------	--------

2. ¿Cuál fue el PROPÓSITO PRINCIPAL de su visita a Costa Rica?
- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Vacaciones o placer | 4. <input type="checkbox"/> Estudio |
| 2. <input type="checkbox"/> Visita a familiares | 5. <input type="checkbox"/> Salud (cirugía, dentista, etc.) |
| 3. <input type="checkbox"/> Negocios o trabajo | 6. <input type="checkbox"/> Otros _____ |
- Especifique

3. Con quién realizó este viaje?
- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Solo | 3. <input type="checkbox"/> Con amigos |
| 2. <input type="checkbox"/> Con la familia | 4. <input type="checkbox"/> Con amigos y familiares |
| | 5. <input type="checkbox"/> Otro _____ |
- ESPECIFIQUE

4. Cómo preparó o arregló usted su viaje a Costa Rica?

1. Una agencia de viajes le ofreció un paquete PREPARADO con itinerarios, reservaciones de hotel, etc. para viajar en GRUPO organizado.
2. Una agencia de viajes en su país de residencia le ofreció un paquete PREPARADO con itinerarios, reservaciones de hotel, etc. para viajar INDIVIDUALMENTE.
3. Usted mismo hizo su itinerario, reservaciones y tomó sus decisiones en su país de residencia o alguna agencia le arregló el viaje especialmente como usted lo quería.
4. En forma independiente usted tomó sus decisiones de hospedaje y otras estando ya en Costa Rica.
5. Ninguna de las opciones anteriores.

(SI MARCA LAS OPCIONES 3, 4 O 5 PASE A LA PREGUNTA No. 7)

5. Cuánto pagó usted por el PAQUETE VACACIONAL? \$ _____

6. Cuántas personas incluía el PAQUETE VACACIONAL? _____

7. Es su primera visita a Costa Rica? 1. ☐ Sí 2. ☐ No

*** SI USTED HA VISITADO COSTA RICA ANTERIORMENTE, POR FAVOR PASE A LA PREGUNTA No. 9.**

8. PRINCIPALMENTE, por qué medio de comunicación se enteró e interesó por Costa Rica?

1. ☐ Una agencia de viajes le sugirió el viaje.
2. ☐ Una aerolínea le sugirió el viaje.

¹ Fuente: Instituto Costarricense de Turismo.

3. ☐ Recomendación de familiares y/o amigos.
4. ☐ Leyó un artículo o un anuncio en un periódico, revista _____
En cuál periódico o revista
5. ☐ Vio un comercial de televisión sobre Costa Rica. _____
En cuál canal de televisión
6. ☐ Una guía turística.
7. ☐ A través de INTERNET.
8. ☐ Embajada o consulado de Costa Rica en su país.
9. ☐ Tuvo que venir por motivo de trabajo, negocios, seminario, programa de intercambio cultural/estudiantil, etc.
10. ☐ Otros (especifique): _____

9. Estando usted en su país de residencia y antes de hacer el viaje, podría decirnos qué actividad en particular le motivó o impulsó a visitar Costa Rica?

10. Y durante su estadía en Costa Rica, cuáles fueron las PRINCIPALES ACTIVIDADES practicadas por usted?

1. ☐ Sol y playa.
2. ☐ Pesca deportiva.
3. ☐ Surf.
4. ☐ Buceo, snorkel.
5. ☐ Rápidos de los ríos (rafting), kayacking en ríos (river kayacking)
6. ☐ Otras actividades deportivas marítimas (windsurf)
7. ☐ Otras actividades deportivas (golf, tennis, boliche, etc.)
8. ☐ Caminatas cortas por senderos (con o sin guía)
9. ☐ Observación de aves
10. ☐ Observación de flora y fauna
11. ☐ Visita amigos, familiares
12. ☐ Seminarios, reuniones
13. ☐ Visita a clientes, proveedores, empresas
14. ☐ Aprendizaje del español
15. ☐ Otras (especifique): _____

11. Cuántas NOCHES ESTUVO en Costa Rica?

Número de noches _____

12. Dónde se hospedó la MAYOR PARTE DEL TIEMPO?

1. ☐ Hotel, pensión, etc. _____
(Nombre del hotel, etc.)
2. ☐ Casa de amigos y familiares.
3. ☐ Apartamento o casa ALQUILADA
4. ☐ Apartamento o casa PROPIA
5. ☐ Campamento
6. ☐ Otro _____

13. Especifique los lugares en donde usted DURMIÓ durante su visita al país

LUGARES

NÚMERO DE NOCHES

1. Valle Central (San José, Alajuela, Heredia, Cartago) _____
2. Guanacaste Norte (Playas del Coco, Flamingo, Hermosa) _____

3. Guanacaste Sur (Samara, Nosara, etc.) _____
4. Puntarenas y Golfo de Nicoya (Playa Tambor) _____
5. Pacífico Medio (Jacó, Quepos, Manuel Antonio) _____
6. Península de Osa (Corcovado, Golfito) _____
7. Ciudad de Limón, Puerto Viejo, Cahuita, Punta Uva _____
8. Tortuguero, Parímina, Barra del Colorado _____
9. Laguna y Volcán Arenal, San Carlos _____
10. Monteverde _____
11. Otros lugares. Especifique _____

14. Visitó usted algún Parque Nacional, Reserva Biológica, Refugio, etc. EN ESTE VIAJE?

1. ☐ Sí, Cuáles? _____
2. ☐ No.

15. Qué tipo de TRANSPORTE usó durante su visita en Costa Rica?

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Automóvil alquilado | 2. <input type="checkbox"/> Taxi |
| 3. <input type="checkbox"/> Bus turístico | 4. <input type="checkbox"/> Avión |
| 5. <input type="checkbox"/> Transporte público | 6. <input type="checkbox"/> Moto alquilada |
| 7. <input type="checkbox"/> Automóvil privado (de amigo, familiar) | 8. <input type="checkbox"/> Otros _____ |
- Especifique

16. Nos podría decir aproximadamente cuánto dinero gastó en Costa Rica?

(NO INCLUYA TARIFA AÉREA PERO RECUERDE INCLUIR LOS GASTOS PAGADOS CON TARJETA DE CRÉDITO DENTRO DE COSTA RICA) \$ _____

17. NÚMERO DE PERSONAS QUE VIAJAN CON USTED, que están incluidas en ese gasto (INCLÚYASE USTED TAMBIÉN): _____

18. Cómo EVALUARÍA usted los siguientes servicios, facilidades y atractivos?

1. Excelente 2. Bueno 3. Regular 4. Malo 5 NR/NA

I EN EL AEROPUERTO

- | | | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a. Instalaciones, edificios, baños | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Servicios de aduana y migración | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Restaurantes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

II EN SU HOTEL

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a. Comodidad en la habitación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Limpieza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Relación precio pagado vs el servicio recibido | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

III LOS ATRACTIVOS

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a. Áreas protegidas (parques, reservas, refugios) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Playas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Volcanes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Ciudades | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. Museos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

IV EN GENERAL

- | | | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a. Trato de los costarricenses | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Señalización de las carreteras | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Servicios de información turística | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Carreteras y caminos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

e. Seguridad ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

19. Qué opina usted de los precios en los siguientes rubros?

	1. BARATO	2. REGULAR	3. CARO	4. NR/NA
a. Hospedaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Comidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Alquiler de vehículos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Tours	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Artesanías-souvenirs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EN RESUMEN: 20. Qué es lo que MÁS LE GUSTÓ de Costa Rica?

21. Y qué es lo que MENOS LE GUSTÓ de Costa Rica?

22. En una escala de 1 a 10 (1 es el valor menor y 10 el mayor), qué calificación le merece Costa Rica como destino turístico? _____

AHORA NOS GUSTARÍA SABER ALGO SOBRE SU PERSONA, RECUERDE QUE ESTE CUESTIONARIO ES ANÓNIMO Y LOS DATOS SERÁN UTILIZADOS PARA FINES ESTADÍSTICOS DEL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO.

23. ÚLTIMO NIVEL DE EDUCACIÓN obtenido

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Primaria | 2. <input type="checkbox"/> Secundaria |
| 3. <input type="checkbox"/> Universitario | 4. <input type="checkbox"/> Maestría, doctorado |
| 5. <input type="checkbox"/> Otro (especifique): _____ | |

24. Cuál es, aproximadamente su nivel de ingreso? _____

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Familiar | <input type="checkbox"/> Personal |
| <input type="checkbox"/> mensual | <input type="checkbox"/> anual |

25. Cuál es su edad en años cumplidos?

1. ☐ De 15 a menos de 30
2. ☐ De 30 a menos de 45
3. ☐ De 45 a menos de 60
4. ☐ 60 y más

26. Estado civil:

1. <input type="checkbox"/> Soltero	2. <input type="checkbox"/> Casado	3. <input type="checkbox"/> Divorciado
4. <input type="checkbox"/> Viudo	5. <input type="checkbox"/> Unión libre	

27. Cuál es su OCUPACIÓN PRINCIPAL?

MUCHAS GRACIAS Y BUEN VIAJE

Anexo estadístico

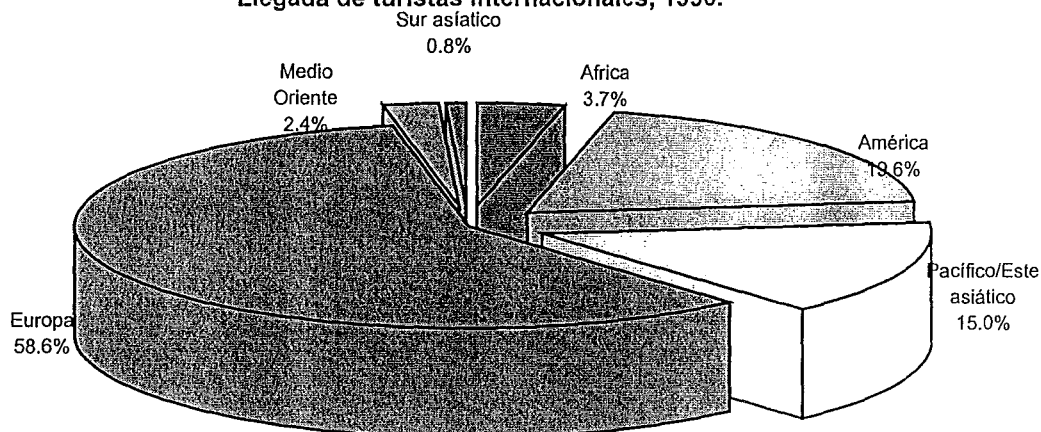
Cuadro 1.
Turismo Mundial por regiones de la OMT.
Llegada de turistas internacionales^{1/}, 1993-1997.

	miles de turistas					porcentaje				
	1993	1994	1995	1996	1997	1993	1994	1995	1996	1997
Mundo	518,074	549,611	563,604	594,924	613,497	100	100	100	100	100
Africa	18,631	19,070	20,249	21,765	23,479	3.60	3.47	3.59	3.66	3.83
América	103,758	106,571	110,612	116,673	119,871	20.03	19.39	19.63	19.61	19.54
Pacífico/Este asiático	71,046	76,717	81,239	89,014	89,977	13.71	13.96	14.41	14.96	14.67
Europa	309,732	330,569	333,722	348,782	360,578	59.79	60.15	59.21	58.63	58.77
Medio Oriente	11,348	12,747	13,465	14,084	14,759	2.19	2.32	2.39	2.37	2.41
Sur asiático	3,559	3,937	4,317	4,606	4,833	0.69	0.72	0.77	0.77	0.79

^{1/}son los visitantes que permanecen una noche o más en el lugar de destino.

Fuente: OMT, 1998.

Turismo mundial por regiones de la OMT.
Llegada de turistas internacionales, 1996.



Turismo mundial por regiones de la OMT.
Llegada de turistas internacionales, 1997.

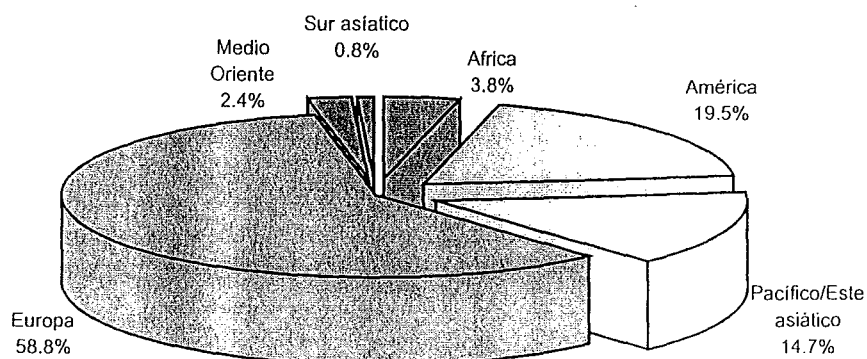
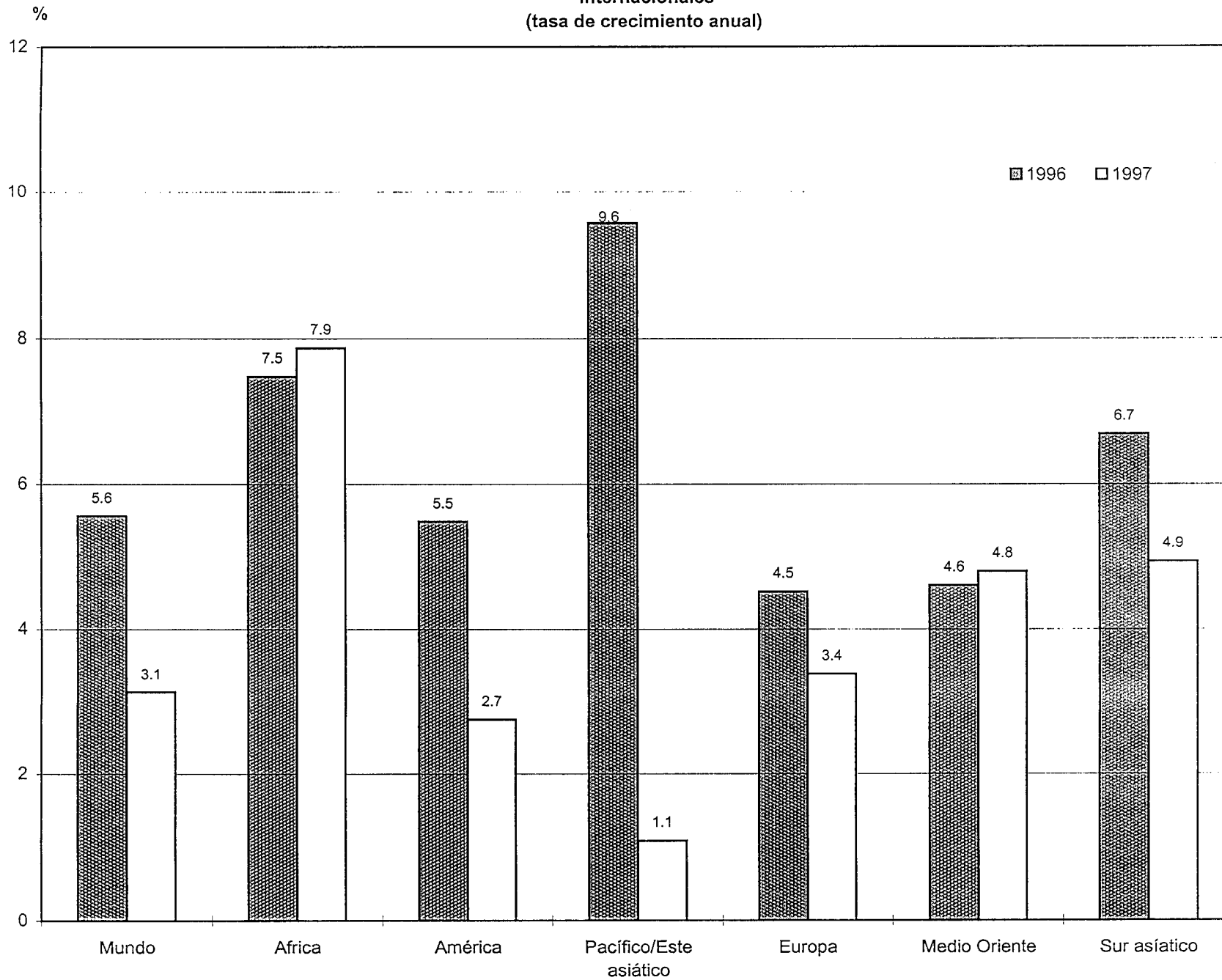


Gráfico 1.
Turismo Mundial. Llegada de turistas
internacionales
(tasa de crecimiento anual)



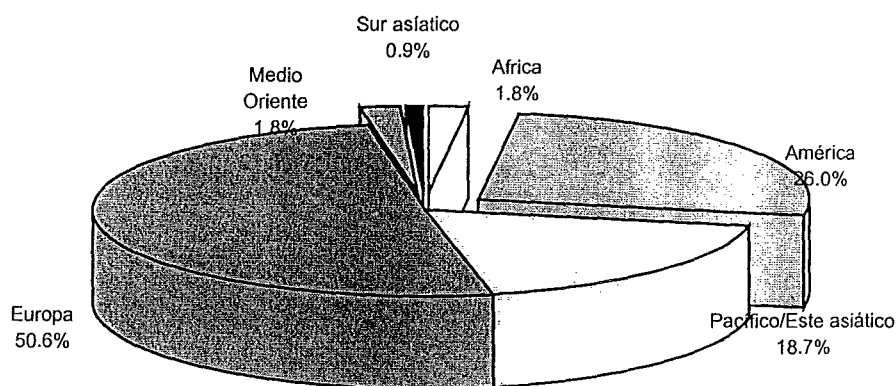
Cuadro 2.
Turismo Mundial por regiones de la OMT.
Ingresos por turismo internacional^{1/}, 1993-1997.

	millones de dólares					porcentaje				
	1993	1994	1995	1996	1997	1993	1994	1995	1996	1997
Mundo	321,204	352,705	401,229	434,014	443,792	100	100	100	100	100
Africa	6,287	6,824	7,260	8,359	8,664	1.96	1.93	1.81	1.93	1.95
América	91,301	95,425	102,887	112,886	121,122	28.42	27.06	25.64	26.01	27.29
Pacífico/Este asiático	52,542	62,786	73,848	81,319	83,121	16.36	17.80	18.41	18.74	18.73
Europa	162,854	178,412	206,527	219,684	218,039	50.70	50.58	51.47	50.62	49.13
Medio Oriente	5,427	6,078	7,115	7,739	8,585	1.69	1.72	1.77	1.78	1.93
Sur asiático	2,793	3,178	3,592	4,027	4,261	0.87	0.90	0.90	0.93	0.96

^{1/}Es el gasto que realizan los visitantes internacionales (turistas y excursionistas) en el lugar de destino.

Fuente: OMT, 1998.

Turismo mundial por regiones de la OMT.
Ingresos por turismo internacional, 1996.



Turismo mundial por regiones de la OMT.
Ingresos por turismo internacionales, 1997.

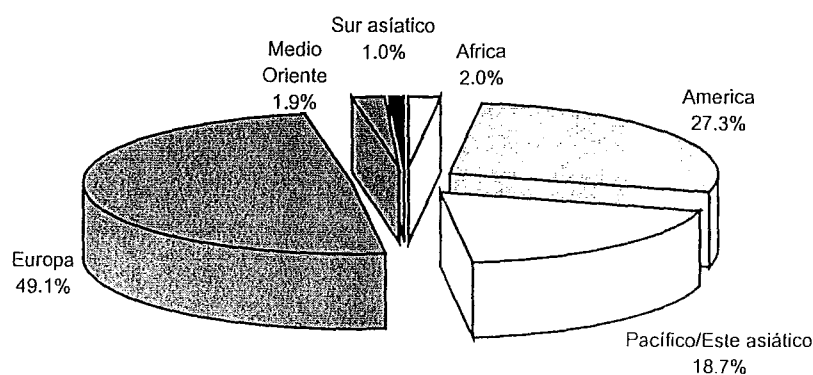


Gráfico 2.
Turismo Mundial. Ingresos por
turismo internacional
(tasa de crecimiento anual)

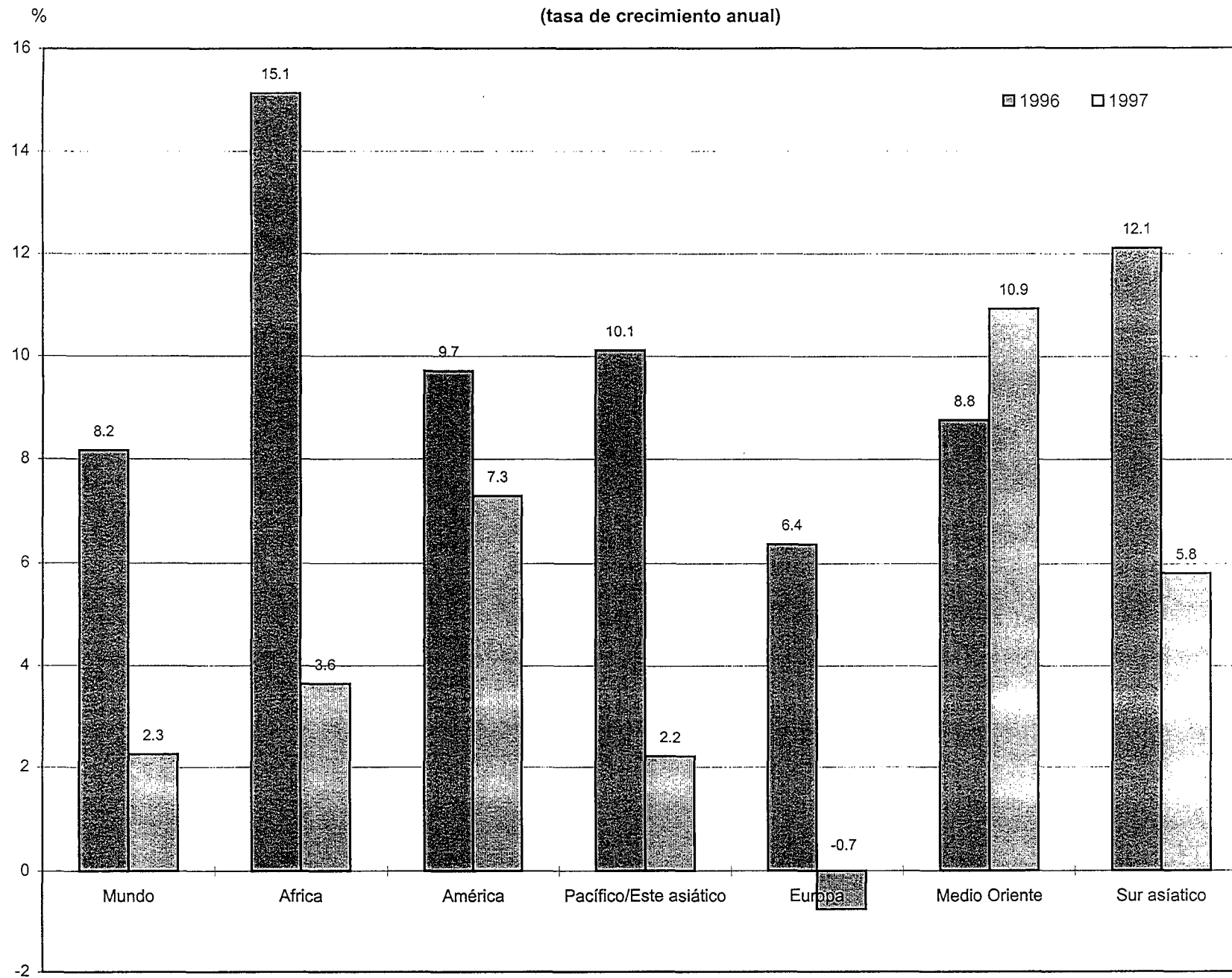
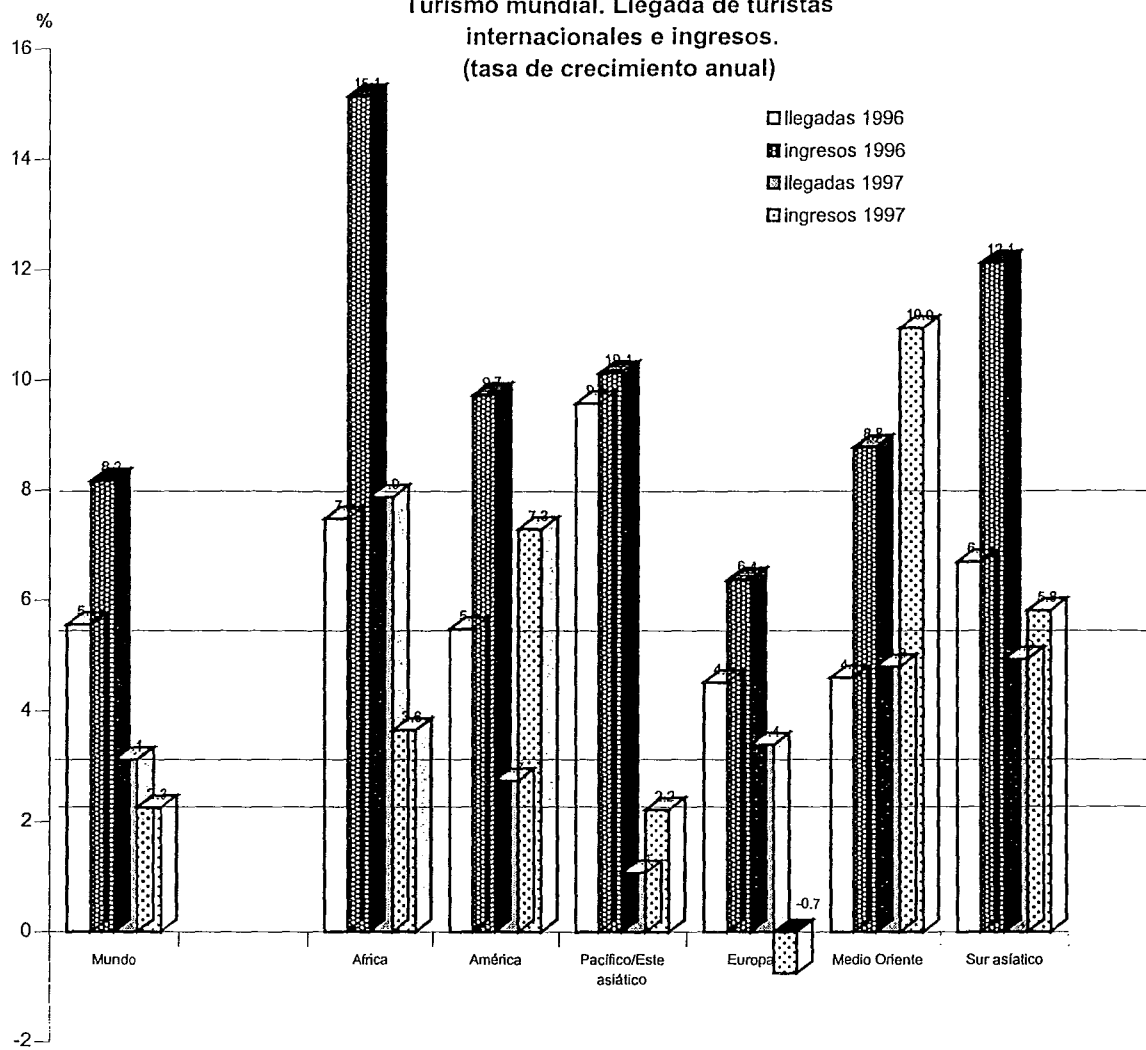


Gráfico 3.
Turismo mundial. Llegada de turistas
internacionales e ingresos.
(tasa de crecimiento anual)



Cuadro 3.

Turismo Mundial por regiones de la OMT.

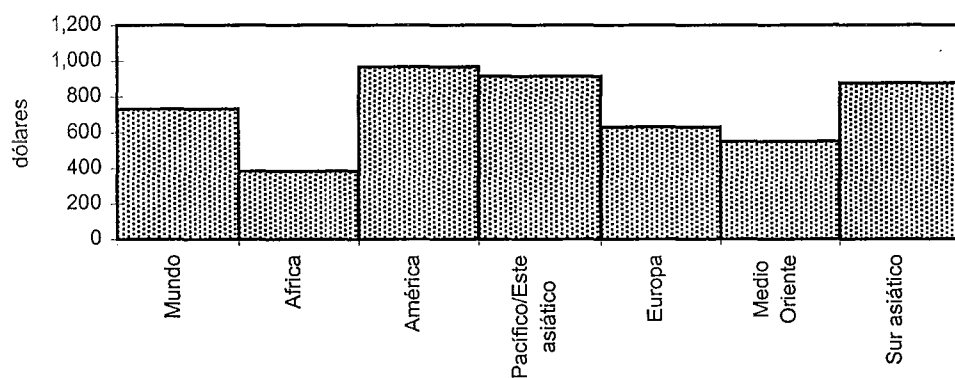
Gasto medio por turismo internacional^{1/}, 1993-1997.

	dólares				
	1993	1994	1995	1996	1997
Mundo	620	642	712	730	723
Africa	337	358	359	384	369
América	880	895	930	968	1,010
Pacífico/Este asiático	740	818	909	914	924
Europa	526	540	619	630	605
Medio Oriente	478	477	528	549	582
Sur asiático	785	807	832	874	882

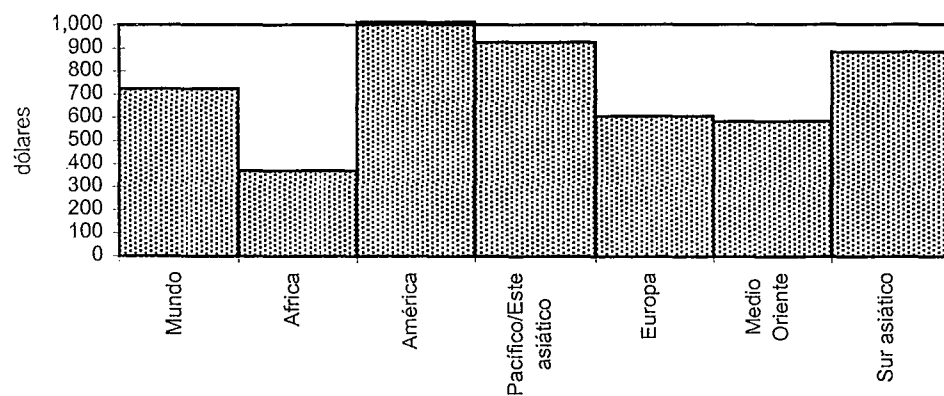
1/Es el gasto por turista que se realiza en el lugar de destino.

Fuente: OMT, 1998.

**Turismo mundial por regiones de la OMT.
Gasto medio por turismo internacional, 1996.**



**Turismo mundial por regiones de la OMT.
Gasto medio por turismo internacional, 1997.**



Cuadro 4.

Turismo Mundial por regiones de la OMT.

Gasto por turismo internacional^{1/}, 1993-1996.

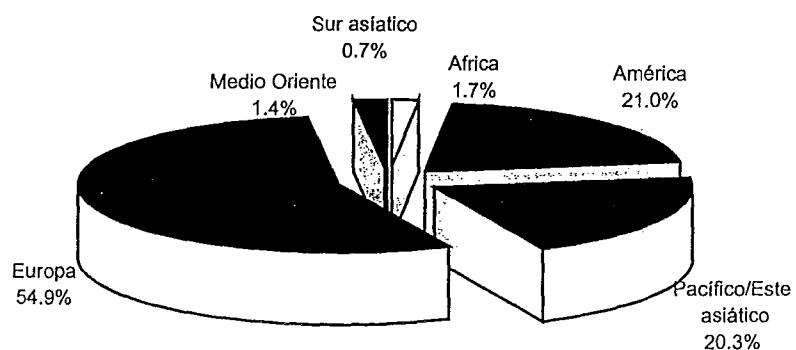
	miles de turistas				porcentaje			
	1993	1994	1995	1996	1993	1994	1995	1996
Mundo	278,512	312,118	356,617	379,132	100	100	100	100
Africa	4,668	5,053	5,543	6,539	1.68	1.62	1.55	1.72
América	68,350	71,713	72,563	79,716	24.54	22.98	20.35	21.03
Pacífico/Este asiático	54,437	62,306	72,548	77,010	19.55	19.96	20.34	20.31
Europa	144,692	166,293	198,769	208,049	51.95	53.28	55.74	54.88
Medio Oriente	3,975	4,893	4,902	5,171	1.43	1.57	1.37	1.36
Sur asiático	2,390	1,860	2,292	2,647	0.86	0.60	0.64	0.70

1/Es el gasto que realizan los visitantes internacionales que salen de su zona geográfica.

Fuente: OMT, 1998.

Turismo mundial por regiones de la OMT.

Gasto por turismo internacional, 1996.



Cuadro 5.

Turismo mundial.

20 principales destinos turísticos según llegada de turistas.

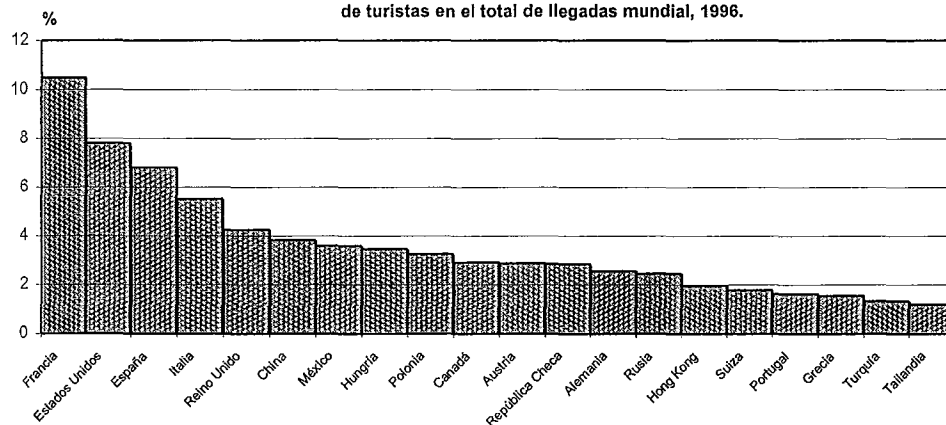
1996	miles de turistas	participación %
1. Francia	62,406	10.49
2. Estados Unidos	46,489	7.81
3. España	40,541	6.81
4. Italia	32,853	5.52
5. Reino Unido	25,293	4.25
6. China	22,765	3.83
7. México	21,405	3.60
8. Hungría	20,674	3.48
9. Polonia	19,410	3.26
10. Canadá	17,329	2.91
11. Austria	17,090	2.87
12. República Checa	17,000	2.86
13. Alemania	15,205	2.56
14. Rusia	14,587	2.45
15. Hong Kong	11,703	1.97
16. Suiza	10,600	1.78
17. Portugal	9,730	1.64
18. Grecia	9,233	1.55
19. Turquía	7,966	1.34
20. Tailandia	7,192	1.21
Total mundial	594,924	100

Fuente: OMT, 1998.

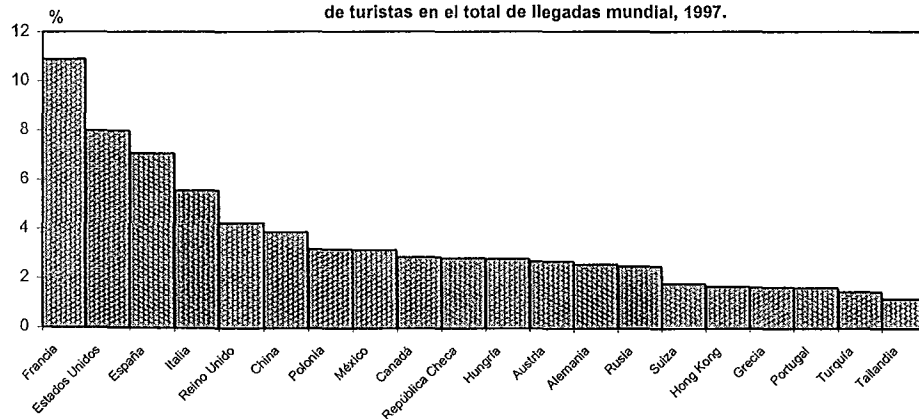
1997	miles de turistas	participación %
1. Francia	66,864	10.90
2. Estados Unidos	49,038	7.99
3. España	43,378	7.07
4. Italia	34,087	5.56
5. Reino Unido	25,960	4.23
6. China	23,770	3.87
7. Polonia	19,514	3.18
8. México	19,351	3.15
9. Canadá	17,610	2.87
10. República Checa	17,400	2.84
11. Hungría	17,248	2.81
12. Austria	16,646	2.71
13. Alemania	15,837	2.58
14. Rusia	15,350	2.50
15. Suiza	11,077	1.81
16. Hong Kong	10,406	1.70
17. Grecia	10,246	1.67
18. Portugal	10,100	1.65
19. Turquía	9,040	1.47
20. Tailandia	7,263	1.18
Total mundial	613,497	100

Fuente: OMT, 1998.

Participación de los principales 20 países receptores de turistas en el total de llegadas mundial, 1996.



Participación de los principales 20 países receptores de turistas en el total de llegadas mundial, 1997.



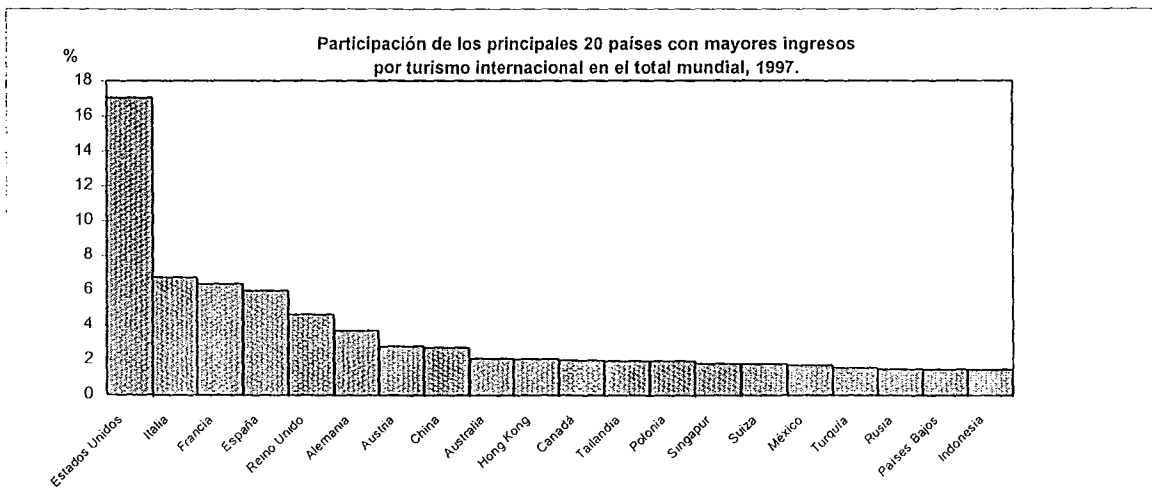
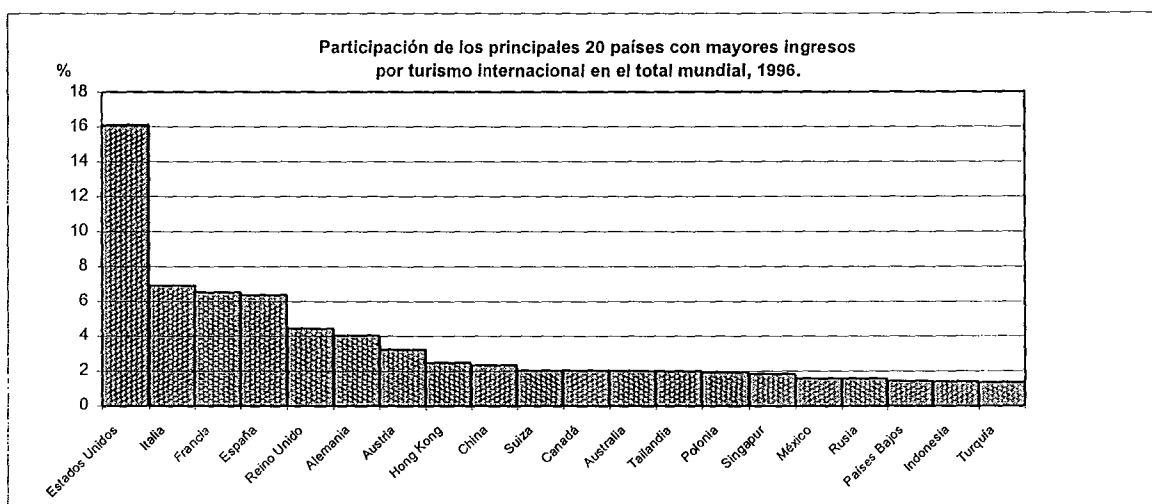
Cuadro 6.
Turismo mundial.
20 principales países con mayores ingresos por turismo.

1996	millones de dólares	participación %
1.Estados Unidos	69,908	16.11
2.Italia	30,018	6.92
3.Francia	28,357	6.53
4.España	27,675	6.38
5.Reino Unido	19,296	4.45
6.Alemania	17,567	4.05
7.Austria	13,990	3.22
8.Hong Kong	10,836	2.50
9.China	10,200	2.35
10.Suiza	8,891	2.05
11.Canadá	8,868	2.04
12.Australia	8,811	2.03
13.Tailandia	8,664	2.00
14.Polonia	8,400	1.94
15.Singapur	7,961	1.83
16.México	6,934	1.60
17.Rusia	6,875	1.58
18.Países Bajos	6,256	1.44
19.Indonesia	6,087	1.40
20.Turquía	5,962	1.37
Total mundial	434,014	100

Fuente: OMT, 1998.

1997	millones de dólares	participación %
1.Estados Unidos	75,568	17.03
2.Italia	30,000	6.76
3.Francia	28,316	6.38
4.España	26,595	5.99
5.Reino Unido	20,569	4.63
6.Alemania	16,418	3.70
7.Austria	12,393	2.79
8.China	12,074	2.72
9.Australia	9,324	2.10
10.Hong Kong	9,242	2.08
11.Canadá	8,928	2.01
12.Tailandia	8,700	1.96
13.Polonia	8,700	1.96
14.Singapur	7,993	1.80
15.Suiza	7,960	1.79
16.México	7,593	1.71
17.Turquía	7,000	1.58
18.Rusia	6,669	1.50
19.Países Bajos	6,597	1.49
20.Indonesia	6,589	1.48
Total mundial	443,792	100

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 7.
Turismo Mundial
Gasto medio realizado, 1996-1997.
(dólares)

1996		1996		1997		1997	
1 Kuwait	4,364	51 República de Moldova	1,000	1 Kuwait	4,000	51 Nigeria	1,000
2 Islas Vírgenes	2,462	52 Rwanda	1,000	2 Islas Vírgenes	2,357	52 Rwanda	1,000
3 Australia	2,115	53 Sao Tome y Príncipe	1,000	3 Australia	2,175	53 Sao Tome y Príncipe	1,000
4 Paraguay	1,955	54 Islas Caimán	987	4 Paraguay	1,961	54 Países Bajos	988
5 Dinamarca	1,909	55 República Dominicana	956	5 Latvia	1,867	55 Islas Marianas del Norte	981
6 Latvia	1,876	56 Países Bajos	951	6 Polinesia Francesa	1,778	56 Cayman Islands	969
7 Polinesia Francesa	1,707	57 Panamá	948	7 Dinamarca	1,740	57 República Dominicana	953
8 Líbano	1,686	58 Jamaica	940	8 Suecia	1,586	58 Bahamas	948
9 Nueva Zelanda	1,591	59 Brasil	926	9 Taiwán	1,563	59 Mauritania	940
10 Taiwán	1,542	60 San Martín	926	10 Nueva Zelanda	1,554	60 Seychelles	938
11 Suecia	1,537	61 Hong Kong	926	11 Estados Unidos	1,541	61 Panamá	930
12 Barbados	1,532	62 Islas Marianas del Norte	919	12 República Siria Árabe	1,485	62 Costa Rica	927
13 Estados Unidos	1,504	63 Italia	914	13 Barbados	1,458	63 Noruega	924
14 Eslovenia	1,478	64 Egipto	908	14 Israel	1,398	64 Finlandia	892
15 República de Corea	1,474	65 Finlandia	894	15 Venezuela	1,335	65 Curaçao	890
16 República Siria Árabe	1,453	66 Montserrat	889	16 Corea	1,331	66 Hong Kong	888
17 Israel	1,401	67 Bahamas	888	17 India	1,328	67 Italia	880
18 Lituania	1,353	68 Costa Rica	882	18 Anguila	1,326	68 Aruba	877
19 Filipinas	1,318	69 Fiji	879	19 Eslovenia	1,309	69 Brasil	869
20 Anguila	1,297	70 Noruega	875	20 Indonesia	1,308	70 Fiji	858
21 Gibraltar	1,296	71 Comoros	875	21 Líbano	1,298	71 Yemen	821
22 India	1,295	72 Aruba	863	22 Gibraltar	1,292	72 Saint Kitts y Nevis	819
23 Chad	1,250	73 Cyprus	856	23 Filipinas	1,274	73 Ghana	818
24 Venezuela	1,245	74 Curaçao	849	24 Lituania	1,250	74 Islas Salomón	813
25 Cuba	1,232	75 Suiza	839	25 Bermuda	1,247	75 Montserrat	800
26 Bermuda	1,210	76 Austria	819	26 Singapur	1,222	76 Islas Turcas y Caicos	798
27 Indonesia	1,209	77 Seychelles	817	27 Bután	1,200	77 Madagascar	798
28 Singapur	1,205	78 Ghana	816	28 Tailandia	1,198	78 San Martín	794
29 Tailandia	1,205	79 Martinica	801	29 Cuba	1,161	79 Reino Unido	792
30 Bután	1,200	80 Saint Kitts y Nevis	798	30 Antigua y Barbuda	1,126	80 Malvinas	784
31 Nueva Caledonia	1,198	81 Guadalupe	794	31 Angola	1,125	81 Chipre	783
32 Islas Salomón	1,182	82 Malvinas	785	32 Chad	1,125	82 Turquía	774
33 Antigua y Barbuda	1,168	83 Islas Turcas y Caicos	784	33 Argentina	1,117	83 Islandia	772
34 Alemania	1,155	84 Estonia	783	34 San Vicente y Granadina	1,102	84 Comoros	769
35 Santa Lucía	1,130	85 Madagascar	783	35 Papua Nueva Guinea	1,091	85 Estonia	766
36 Angola	1,125	86 Islandia	766	36 Azerbaijan	1,089	86 Guadalupe	756
37 Papua Nueva Guinea	1,115	87 Reino Unido	763	37 Santa Lucía	1,080	87 Martinique	745
38 San Vicente y Granadinas	1,103	88 Croacia	760	38 Islas Vírgenes Británicas	1,076	88 Austria	745
39 Islas Vírgenes Británicas	1,098	89 Turquía	748	39 Perú	1,074	89 Reunión	742
40 Azerbaijan	1,090	90 Reunión	744	40 Egipto	1,052	90 Colombia	739
41 Vanuatu	1,087	91 Colombia	725	41 Guam	1,049	91 Suiza	719
42 Perú	1,082	92 Eslovaquia	708	42 Nueva Caledonia	1,048	92 Bonaire	683
43 Argentina	1,067	93 España	683	43 Vanuatu	1,041	93 Macao	675
44 Japón	1,063	94 Jordania	675	44 Alemania	1,037	94 Jordania	674
45 Tanzania	1,039	95 Belice	669	45 República de Moldova	1,030	95 Eslovaquia	662
46 Guam	1,038	96 Kenia	661	46 Tanzania	1,029	96 Cambodia	662
47 Mauritania	1,035	97 Macao	660	47 Japón	1,023	97 Chile	638
48 Islas Cook	1,020	98 Bonaire	646	48 Bélgica	1,021	98 España	613
49 Bélgica	1,011	99 Chile	624	49 Jamaica	1,008	99 Belice	603
50 Nigeria	1,000	100 Puerto Rico	619	50 Islas Cook	1,000	100 Puerto Rico	599

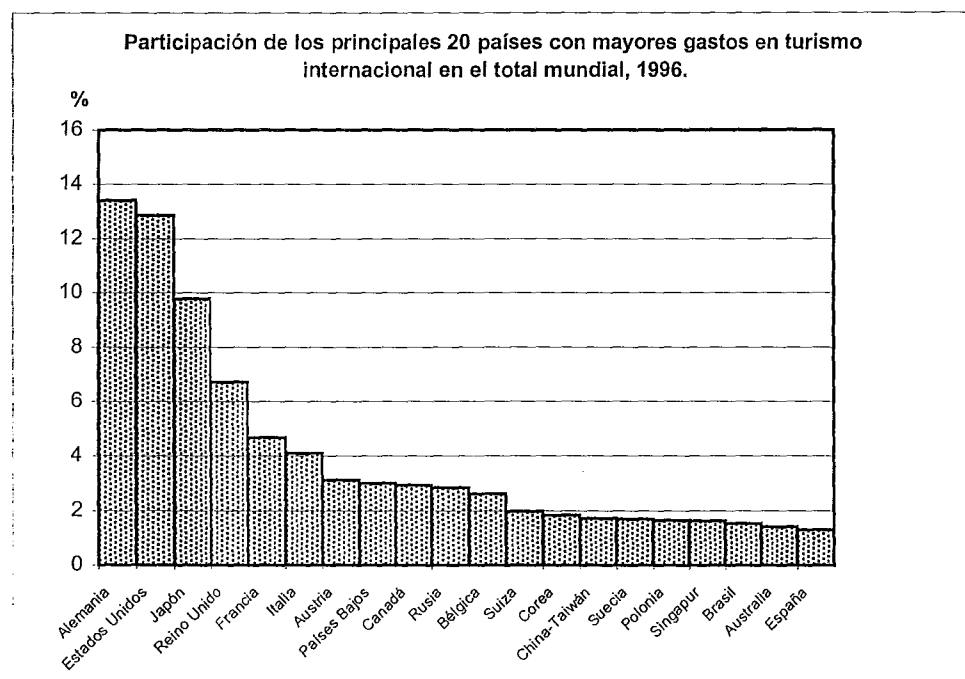
Cuadro 8.

Turismo mundial.

20 principales países con mayores gastos por turismo, 1996.

	millones de dólares	participación %
1.Alemania	50,815	13.40
2.Estados Unidos	48,739	12.86
3.Japón	37,040	9.77
4.Reino Unido	25,445	6.71
5.Francia	17,746	4.68
6.Italia	15,516	4.09
7.Austria	11,811	3.12
8.Países Bajos	11,370	3.00
9.Canadá	11,090	2.93
10.Rusia	10,723	2.83
11.Bélgica	9,895	2.61
12.Suiza	7,479	1.97
13.Corea	6,963	1.84
14.China-Taiwán	6,493	1.71
15.Suecia	6,441	1.70
16.Polonia	6,240	1.65
17.Singapur	6,139	1.62
18.Brasil	5,825	1.54
19.Australia	5,322	1.40
20.España	4,919	1.30
Total mundial	379,132	100

Fuente: OMT, 1998.

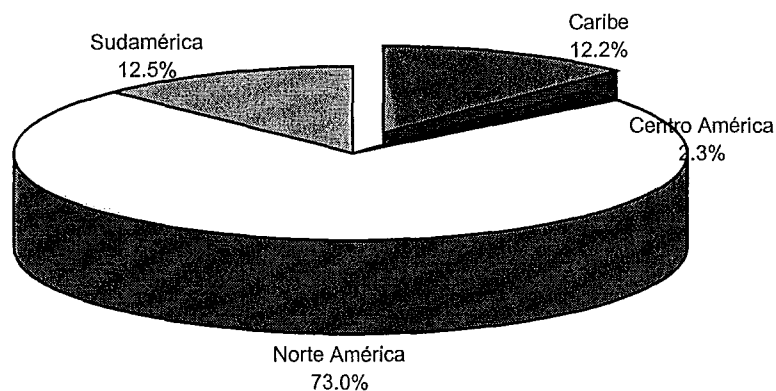


Cuadro 9.
Turismo en América por subregiones.
Llegada de turistas internacionales, 1993-1997.
(miles de turistas)

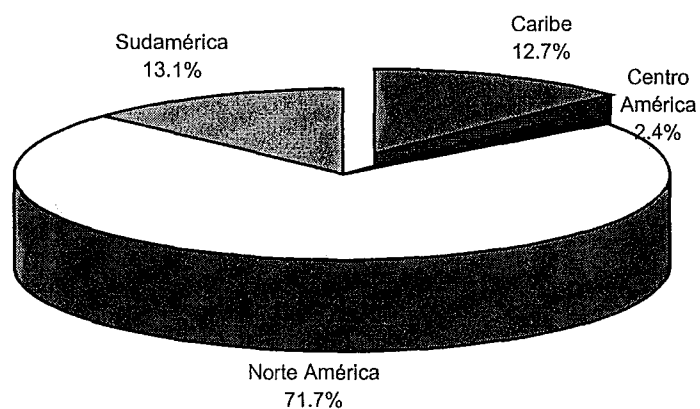
	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	12,834	13,694	14,037	14,251	15,217
Centro América	2,350	2,398	2,604	2,634	2,917
Norte América	77,324	77,906	80,491	85,223	85,999
Sudamérica	11,250	12,573	13,480	14,565	15,738
Total América	103,758	106,571	110,612	116,673	119,871

Fuente: OMT, 1998.

Llegada de turistas internacionales a
América por subregiones, 1996.



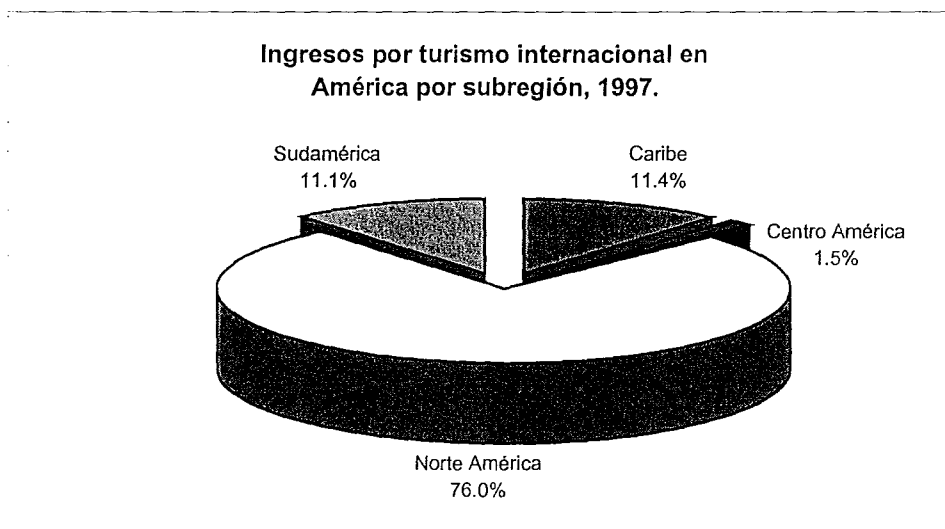
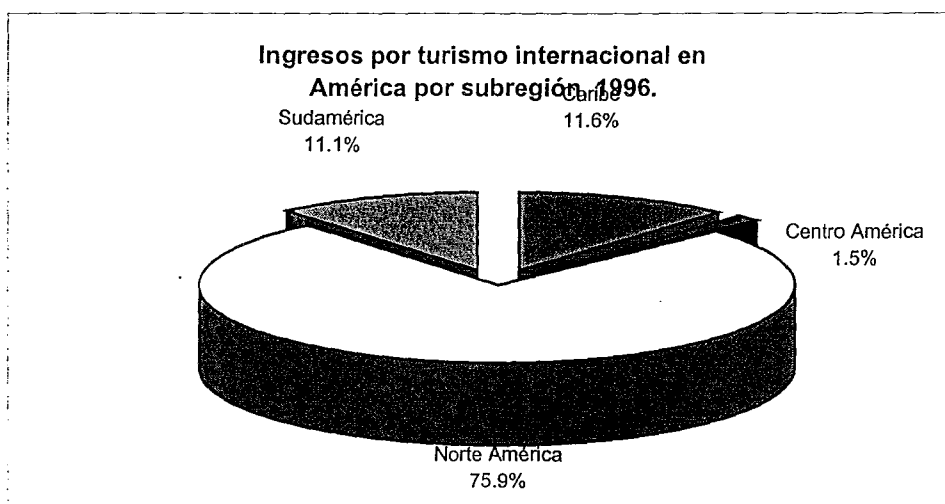
Llegada de turistas internacionales a
América por subregiones, 1997.



Cuadro 10.
Turismo en América por subregiones.
Ingresos por turismo internacional, 1993-1997.
(millones de dólares)

	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	10,856	11,652	12,279	13,047	13,754
Centro América	1,349	1,415	1,530	1,650	1,785
Norte América	70,717	71,904	77,568	85,710	92,089
Sudamérica	8,379	10,456	11,510	12,479	13,494
Total América	91,301	95,427	102,887	112,886	121,122

Fuente: OMT, 1998.

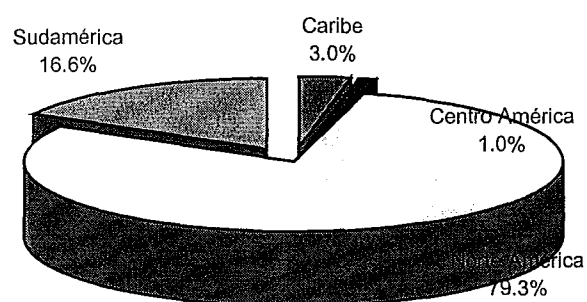


Cuadro 10.1.
Turismo en América por subregiones.
Gastos por turismo internacional, 1993-1997.
(millones de dólares)

	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	1,760	1,980	2,180	2,396	n.d
Centro América	674	760	813	855	n.d
Norte América	57,408	59,149	59,444	63,216	69,359
Sudamérica	8,508	9,824	10,126	13,249	n.d
Total América	68,350	71,713	72,563	79,716	n.d

Fuente: OMT, 1998.

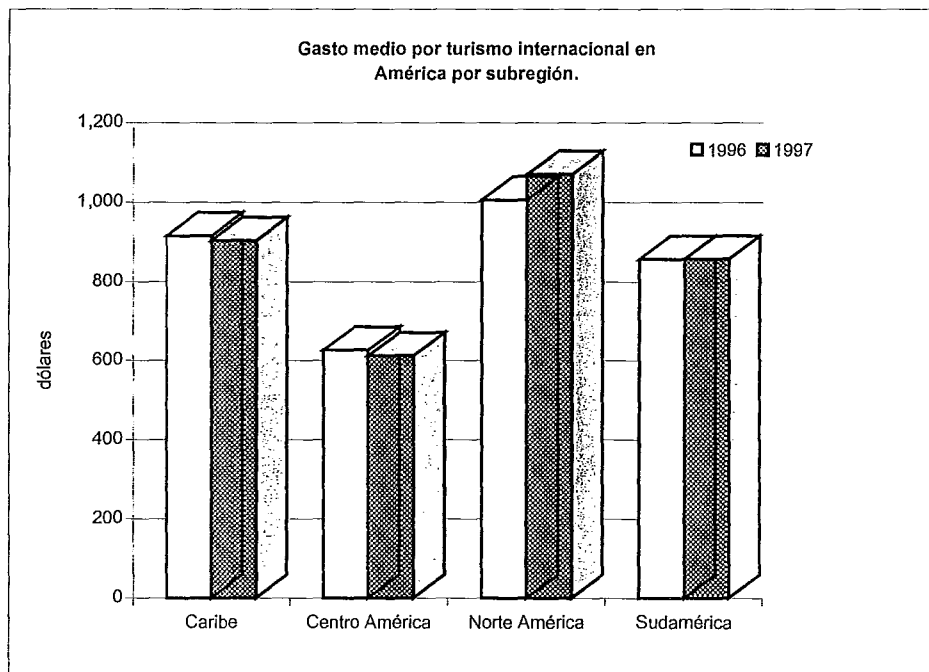
Gastos por turismo internacional en
América por subregiones, 1996.



Cuadro 10.2
Turismo en América por subregiones.
Gasto medio por turismo internacional
(dólares)

	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	846	851	875	916	904
Centro América	574	590	588	626	612
Norte América	915	923	964	1,006	1,071
Sudamérica	745	832	854	857	857
Total América	880	895	930	968	1,010

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 11.

Turismo en América Latina y República Dominicana.

Llegada de turistas internacionales e ingresos, 1993-1997.

	miles de turistas					millones de dólares				
	1993	1994	1995	1996	1997	1993	1994	1995	1996	1997
Argentina	3,532	3,866	4,101	4,286	4,540	3,614	3,970	4,306	4,572	5,069
Belice	117	129	131	133	146	70	71	78	89	88
Bolivia	244	255	284	313	375	117	131	146	161	180
Brasil	1,572	1,853	1,991	2,666	2,995	1,091	1,925	2,097	2,469	2,602
Colombia	1,047	1,207	1,399	1,254	1,293	755	806	859	909	955
Costa Rica	684	761	785	781	811	577	626	660	689	752
Chile	1,412	1,634	1,540	1,450	1,693	744	846	900	905	1,080
Ecuador	471	472	440	494	525	230	252	255	281	289
El Salvador	267	181	235	283	385	121	86	75	76	87
Guatemala	562	537	563	520	576	265	258	277	284	325
Guyana	107	113	106	92	93	45	47	47	38	39
Honduras	222	228	264	252	257	60	72	80	115	120
México	16,440	17,182	20,241	21,405	19,351	6,167	6,363	6,179	6,934	7,593
Nicaragua	198	238	281	303	350	30	40	50	54	80
Panamá	300	324	345	362	402	226	262	310	343	374
Paraguay	404	406	438	426	387	550	716	1,030	833	759
Perú	272	386	479	584	635	215	331	428	632	682
Rep. Dominicana	1,609	1,717	1,776	1,926	2,211	1,246	1,428	1,576	1,842	2,106
Surinam	58	68	83	89	90	17	13	20	17	17
Uruguay	1,735	1,884	2,022	2,152	2,316	447	632	611	717	759
Venezuela	396	429	597	759	796	554	787	811	945	1,063

Fuente: OMT, 1998.

Cuadro 11.1.
 Turismo en América Latina y República Dominicana.
 Llegada de turistas internacionales e ingresos, 1993-1997.
 (tasa de crecimiento anual)

	llegadas				ingresos			
	1994	1995	1996	1997	1994	1995	1996	1997
Argentina	9.5	6.1	4.5	5.9	9.9	8.5	6.2	10.9
Belice	10.3	1.6	1.5	9.8	1.4	9.9	14.1	-1.1
Bolivia	4.5	11.4	10.2	19.8	12.0	11.5	10.3	11.8
Brasil	17.9	7.4	33.9	12.3	76.4	8.9	17.7	5.4
Colombia	15.3	15.9	-10.4	3.1	6.8	6.6	5.8	5.1
Costa Rica	11.3	3.2	-0.5	3.8	8.5	5.4	4.4	9.1
Chile	15.7	-5.8	-5.8	16.8	13.7	6.4	0.6	19.3
Ecuador	0.2	-6.8	12.3	6.3	9.6	1.2	10.2	2.8
El Salvador	-32.2	29.8	20.4	36.0	-28.9	-12.8	1.3	14.5
Guatemala	-4.4	4.8	-7.6	10.8	-2.6	7.4	2.5	14.4
Guyana	5.6	-6.2	-13.2	1.1	4.4	0.0	-19.1	2.6
Honduras	2.7	15.8	-4.5	2.0	20.0	11.1	43.8	4.3
México	4.5	17.8	5.8	-9.6	3.2	-2.9	12.2	9.5
Nicaragua	20.2	18.1	7.8	15.5	33.3	25.0	8.0	48.1
Panamá	8.0	6.5	4.9	11.0	15.9	18.3	10.6	9.0
Paraguay	0.5	7.9	-2.7	-9.2	30.2	43.9	-19.1	-8.9
Perú	41.9	24.1	21.9	8.7	54.0	29.3	47.7	7.9
Rep. Dominicana	6.7	3.4	8.4	14.8	14.6	10.4	16.9	14.3
Surinam	17.2	22.1	7.2	1.1	-23.5	53.8	-15.0	0.0
Uruguay	8.6	7.3	6.4	7.6	41.4	-3.3	17.3	5.9
Venezuela	8.3	39.2	27.1	4.9	42.1	3.0	16.5	12.5

Fuente: OMT, 1998.

Gráfico 4.
Llegada de turistas internacionales a America Latina y
República Dominicana (tasa de crecimiento anual).

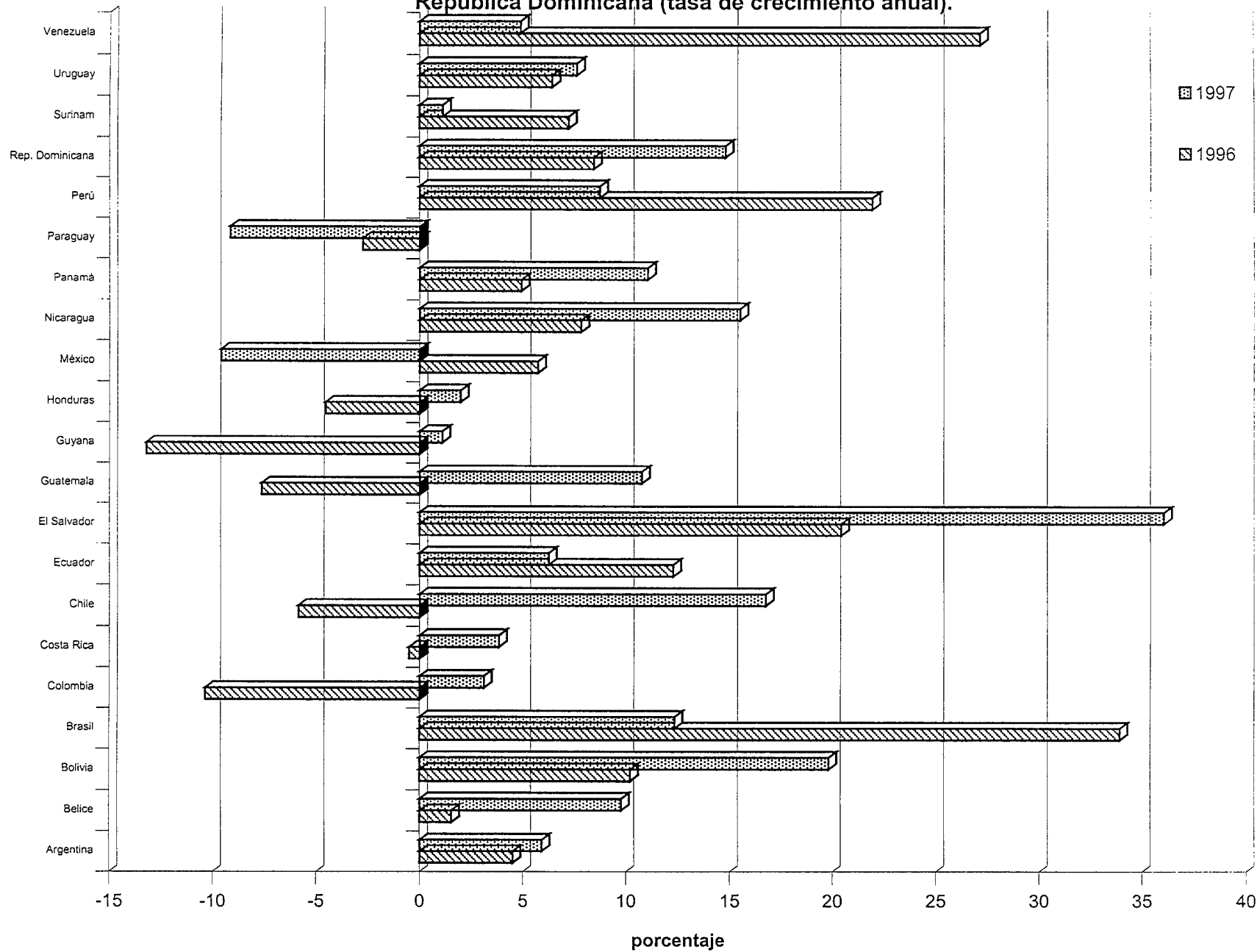
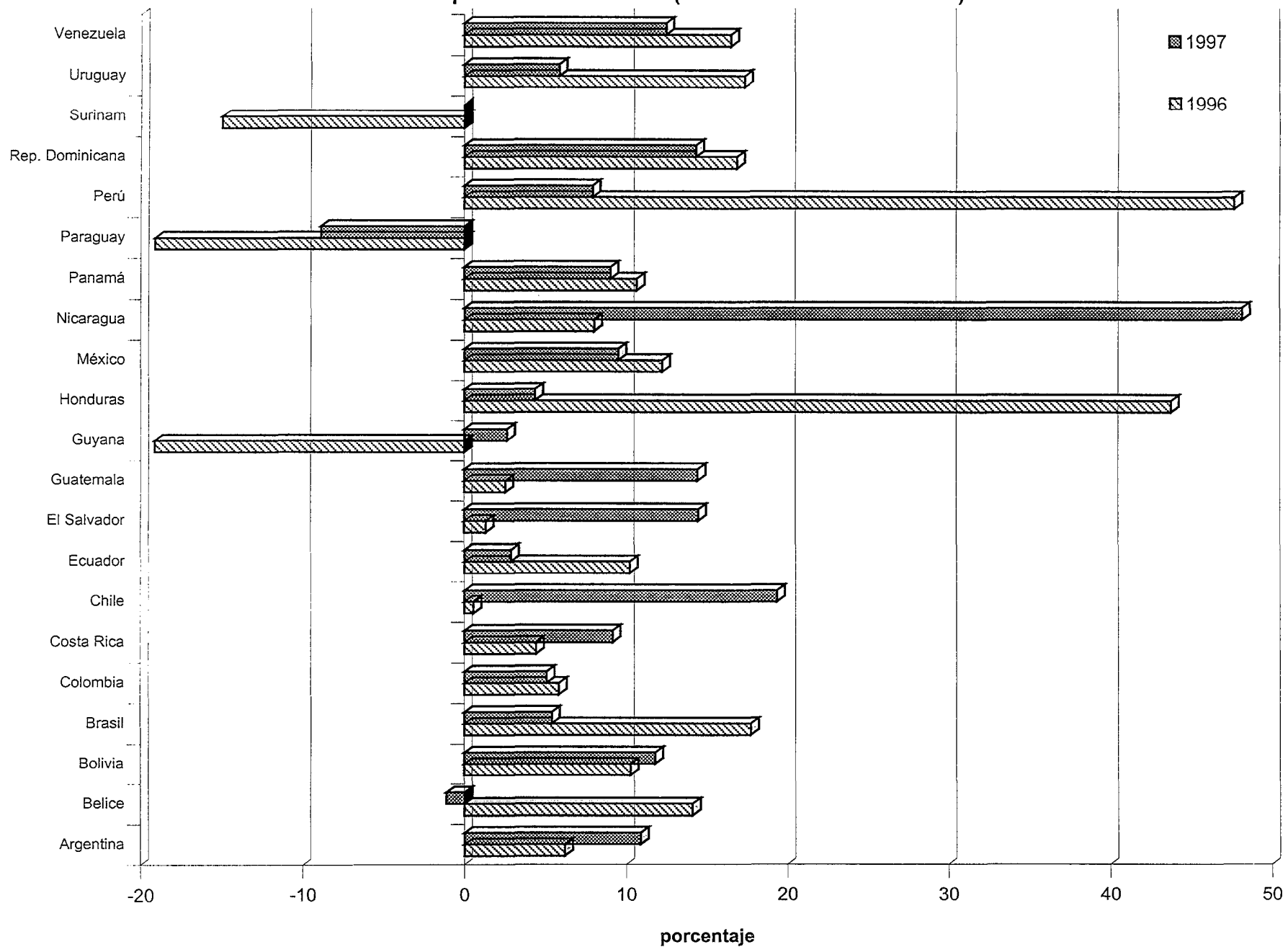


Gráfico 5.
Ingresos por turismo internacional en América Latina y
República Dominicana (tasa de crecimiento anual).



Cuadro 12.

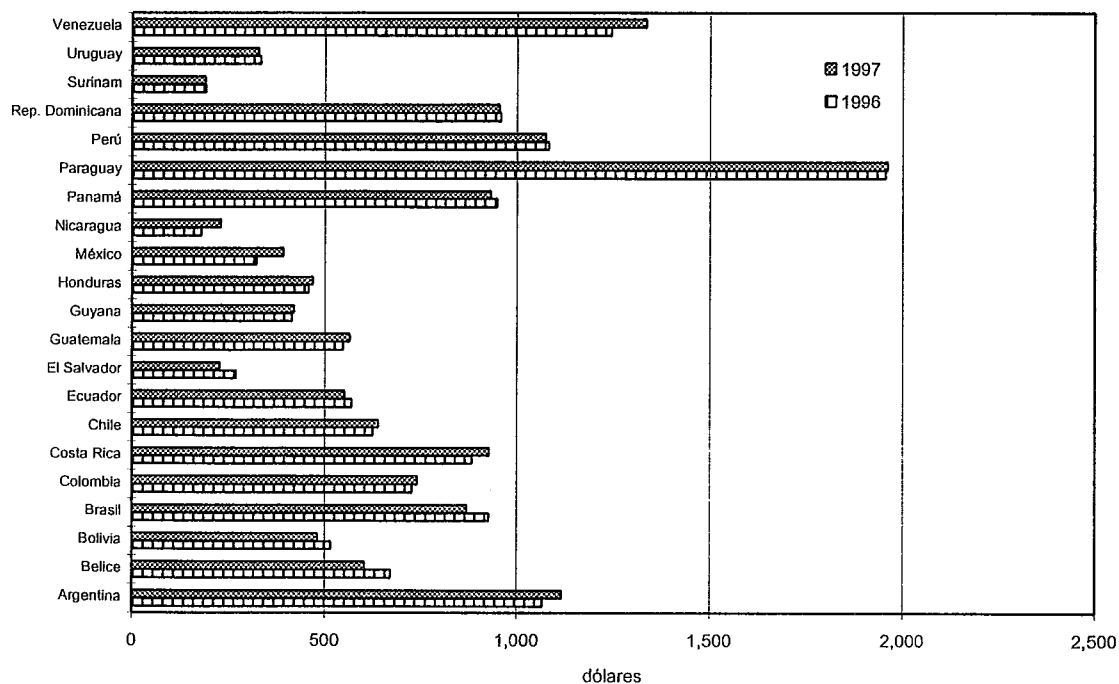
Turismo en América Latina y República Dominicana.

Gasto medio por turismo internacional^{1/}, 1993-1997.

	dólares				
	1993	1994	1995	1996	1997
Argentina	1,023	1,027	1,050	1,067	1,117
Belice	598	550	595	669	603
Bolivia	480	514	514	514	480
Brasil	694	1,039	1,053	926	869
Colombia	721	668	614	725	739
Costa Rica	844	823	841	882	927
Chile	527	518	584	624	638
Ecuador	488	534	580	569	550
El Salvador	453	475	319	269	226
Guatemala	472	480	492	546	564
Guyana	421	416	443	413	419
Honduras	270	316	303	456	467
México	375	370	305	324	392
Nicaragua	152	168	178	178	229
Panamá	753	809	899	948	930
Paraguay	1,361	1,764	2,352	1,955	1,961
Perú	790	858	894	1,082	1,074
Rep. Dominicana	774	832	887	956	953
Surinam	293	191	241	191	189
Uruguay	258	335	302	333	328
Venezuela	1,399	1,834	1,358	1,245	1,335

^{1/}Es el gasto por turista que se realiza en el lugar de destino.

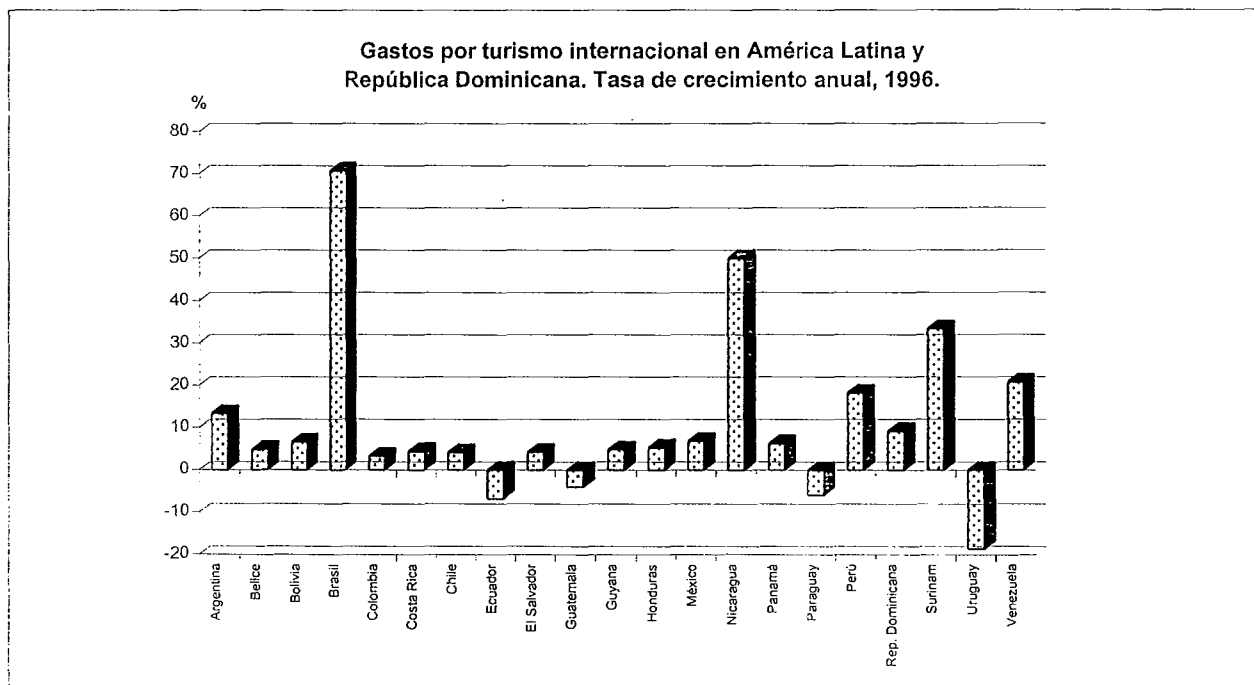
Fuente: OMT, 1998.

Gasto medio por turismo internacional en
América Latina y República Dominicana.

Cuadro 13.
Turismo en América Latina y República Dominicana.
Gastos por turismo internacional, 1993-1997.

	millones de dólares					tasa de crecimiento anual			
	1993	1994	1995	1996	1997	1994	1995	1996	1997
Argentina	2,446	2,575	2,067	2,340	n.d	5.3	-19.7	13.2	-
Belice	21	19	21	22	n.d	-9.5	10.5	4.8	-
Bolivia	137	140	152	162	172	2.2	8.6	6.6	6.2
Brasil	1,892	2,931	3,412	5,825	n.d	54.9	16.4	70.7	-
Colombia	644	763	829	856	961	18.5	8.7	3.3	12.3
Costa Rica	267	300	321	335	348	12.4	7.0	4.4	3.9
Chile	559	536	774	806	910	-4.1	44.4	4.1	12.9
Ecuador	190	203	235	219	n.d	6.8	15.8	-6.8	-
El Salvador	61	70	72	75	n.d	14.8	2.9	4.2	-
Guatemala	116	161	174	167	n.d	38.8	8.1	-4.0	-
Guyana	18	23	21	22	n.d	27.8	-8.7	4.8	-
Honduras	55	57	57	60	62	3.6	0.0	5.3	3.3
México	5,562	5,338	3,171	3,387	3,892	-4.0	-40.6	6.8	14.9
Nicaragua	31	30	40	60	65	-3.2	33.3	50.0	8.3
Panamá	123	123	128	136	164	0.0	4.1	6.3	20.6
Paraguay	138	177	235	221	193	28.3	32.8	-6.0	-12.7
Perú	269	266	297	351	387	-1.1	11.7	18.2	10.3
Rep. Dominicana	128	154	186	203	215	20.3	20.8	9.1	5.9
Surinam	3	3	3	4	n.d	0.0	0.0	33.3	-
Uruguay	129	234	236	192	264	81.4	0.9	-18.6	37.5
Venezuela	2,083	1,973	1,865	2,251	n.d	-5.3	-5.5	20.7	-

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 14.

Turismo en Centroamérica y República Dominicana, 1993-1997.

Llegada de turistas internacionales.

	Llegada de turistas internacionales 1/					% del total mundial				
	1993	1994	1995	1996	1997	1993	1994	1995	1996	1997
Costa Rica	684	761	785	781	811	0.13	0.14	0.14	0.13	0.13
El Salvador	267	181	235	283	385	0.05	0.03	0.04	0.05	0.06
Guatemala	562	537	563	520	576	0.11	0.10	0.10	0.09	0.09
Honduras	222	228	264	252	257	0.04	0.04	0.05	0.04	0.04
Nicaragua	198	238	281	303	350	0.04	0.04	0.05	0.05	0.06
Panamá	300	324	345	362	402	0.06	0.06	0.06	0.06	0.07
República Dominicana	1,609	1,717	1,776	1,926	2,211	0.31	0.31	0.32	0.32	0.36
Total Centroamérica 2/	2,350	2,398	2,604	2,634	2,917	0.45	0.44	0.46	0.44	0.48
Total América 3/	103,758	106,571	110,612	116,673	119,871	20.03	19.39	19.63	19.61	19.54
Total mundial	518,074	549,611	563,604	594,924	613,497	100	100	100	100	100.00

	% del total de América					% del total de Centroamérica				
	1993	1994	1995	1996	1997	1993	1994	1995	1996	1997
Costa Rica	0.66	0.71	0.71	0.67	0.68	29.11	31.73	30.15	29.65	27.80
El Salvador	0.26	0.17	0.21	0.24	0.32	11.36	7.55	9.02	10.74	13.20
Guatemala	0.54	0.50	0.51	0.45	0.48	23.91	22.39	21.62	19.74	19.75
Honduras	0.21	0.21	0.24	0.22	0.21	9.45	9.51	10.14	9.57	8.81
Nicaragua	0.19	0.22	0.25	0.26	0.29	8.43	9.92	10.79	11.50	12.00
Panamá	0.29	0.30	0.31	0.31	0.34	12.77	13.51	13.25	13.74	13.78
República Dominicana	1.55	1.61	1.61	1.65	1.84	68.47	71.60	68.20	73.12	75.80
Total Centroamérica 2/	2.26	2.25	2.35	2.26	2.43	100	100	100	100	100
Total América 3/	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-
Total mundial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

1/miles de turistas.

2/incluye a Belice

3/incluye todos los países de Norteamérica, Centroamérica, Sudamérica y el Caribe.

Fuente: OMT, 1998.

Cuadro 15.

Turismo en Centro América y República Dominicana, 1994-1997.

(tasa de crecimiento anual)

	Llegada de turistas internacionales				Ingresos				Gastos		
	1994	1995	1996	1997	1994	1995	1996	1997	1994	1995	1996
Costa Rica	11.26	3.15	-0.51	3.84	8.49	5.43	4.39	9.14	12.36	7.00	4.36
El Salvador	-32.21	29.83	20.43	36.04	-28.93	-12.79	1.33	14.47	14.75	2.86	4.17
Guatemala	-4.45	4.84	-7.64	10.77	-2.64	7.36	2.53	14.44	38.79	8.07	-4.02
Honduras	2.70	15.79	-4.55	1.98	20.00	11.11	43.75	4.35	3.64	0.00	5.26
Nicaragua	20.20	18.07	7.83	15.51	33.33	25.00	8.00	48.15	-3.23	33.33	50.00
Panamá	8.00	6.48	4.93	11.05	15.93	18.32	10.65	9.04	0.00	4.07	6.25
República Dominicana	6.71	3.44	8.45	14.80	14.61	10.36	16.88	14.33	20.31	20.78	9.14
Total Centroamérica 1/	2.04	8.59	1.15	10.74	4.89	8.13	7.84	8.18	12.94	4.69	7.59
Total América 2/	2.71	3.79	5.48	2.74	4.55	7.85	9.72	7.31	4.92	1.19	9.86
Total mundial	6.09	2.55	5.56	3.12	9.82	13.77	8.17	2.26	12.07	14.26	6.31

1/incluye a Belice

2/incluye todos los países de Norteamérica, Centroamérica, Sudamérica y el Caribe.

Fuente: OMT, 1998.

Gráfico 6.

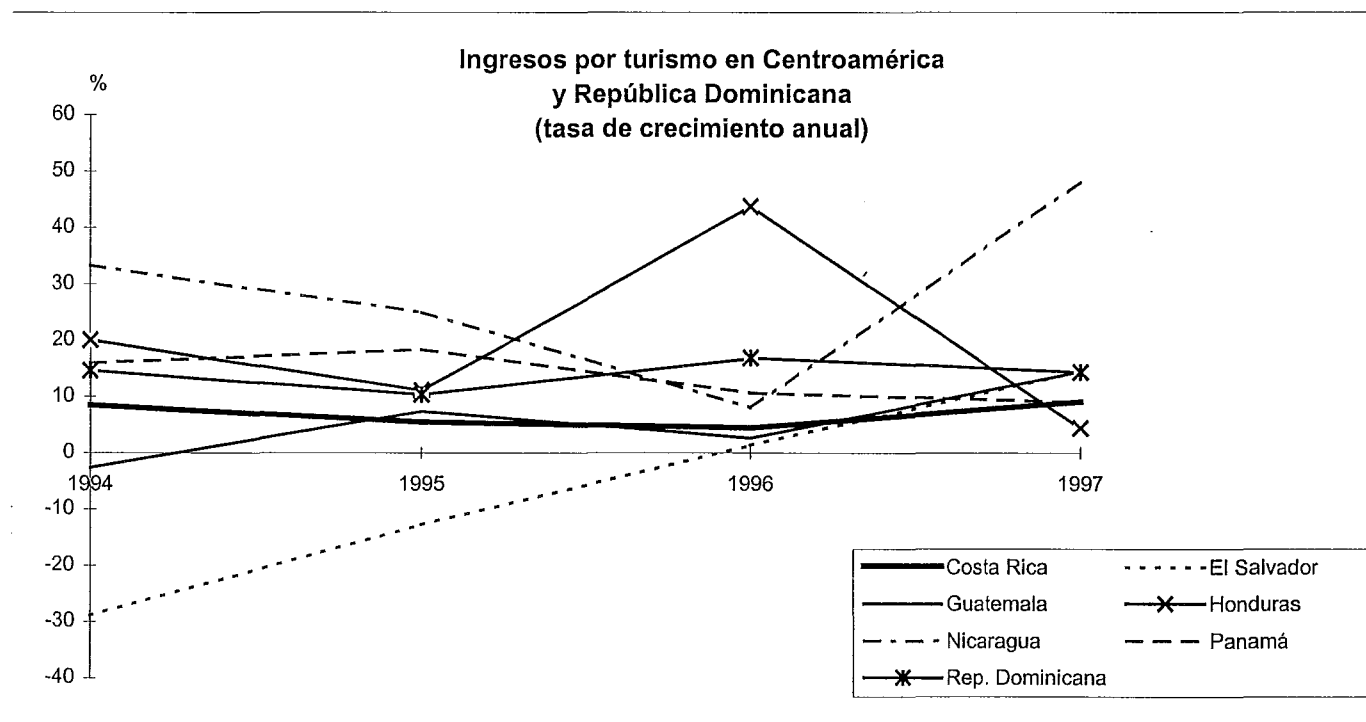
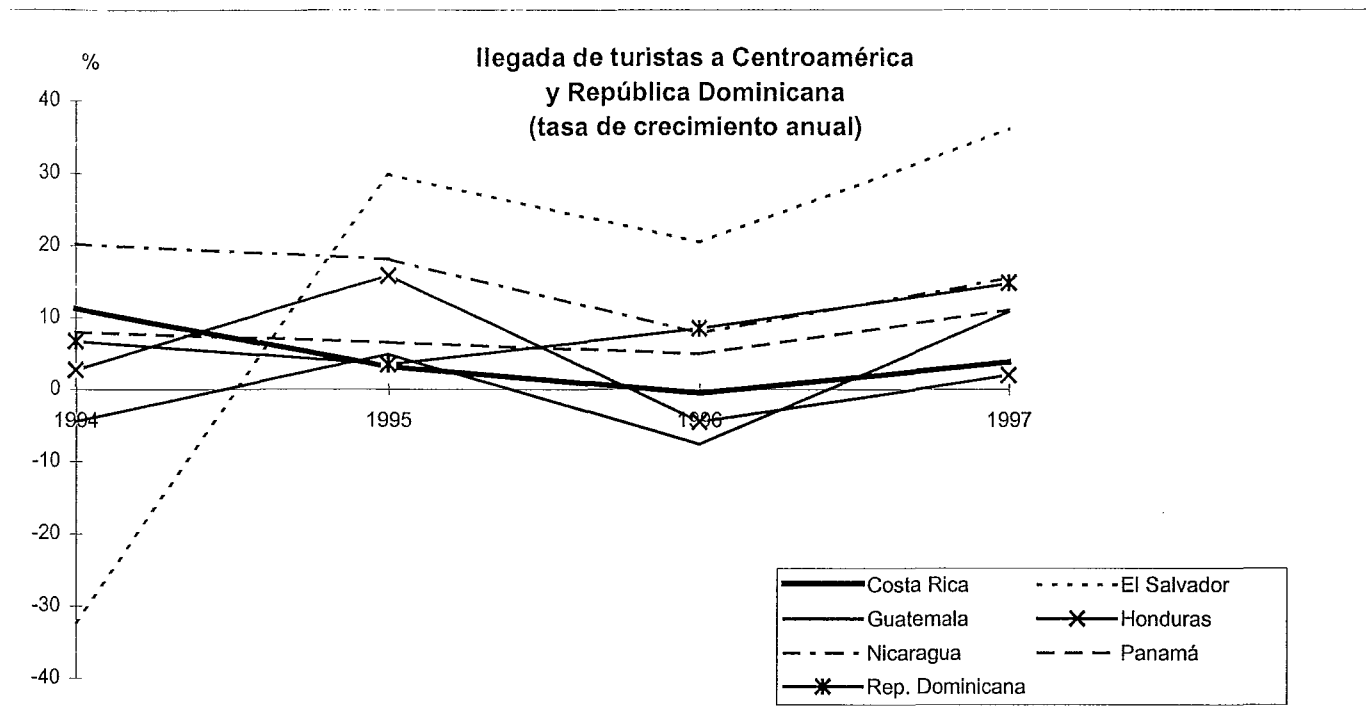
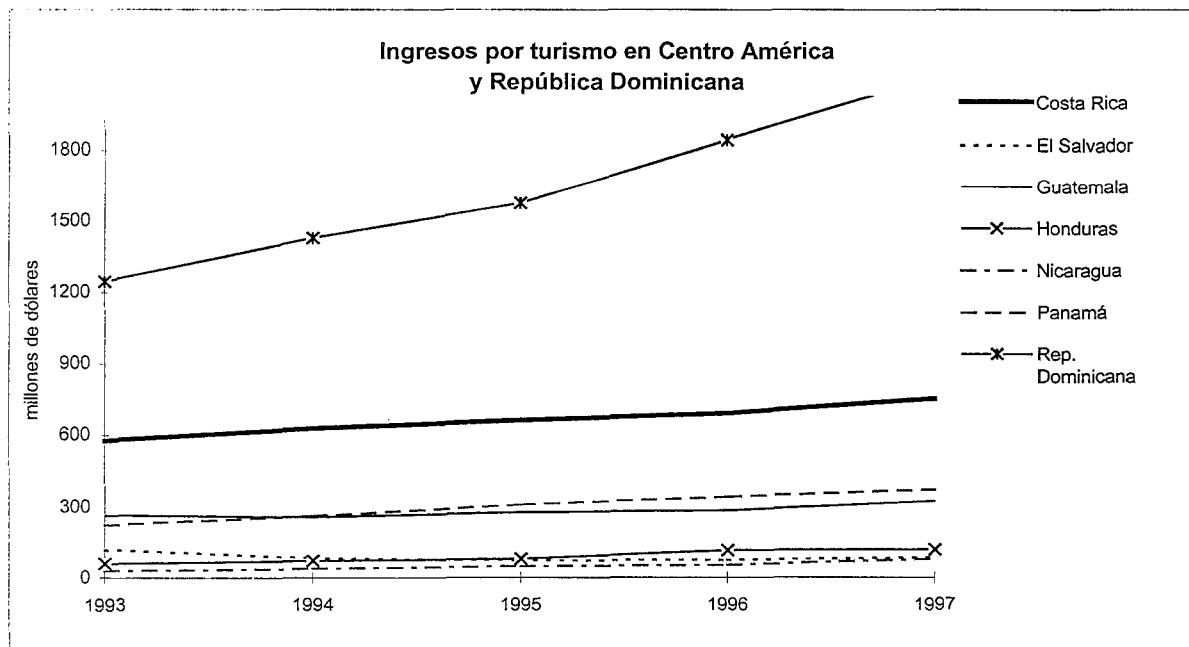
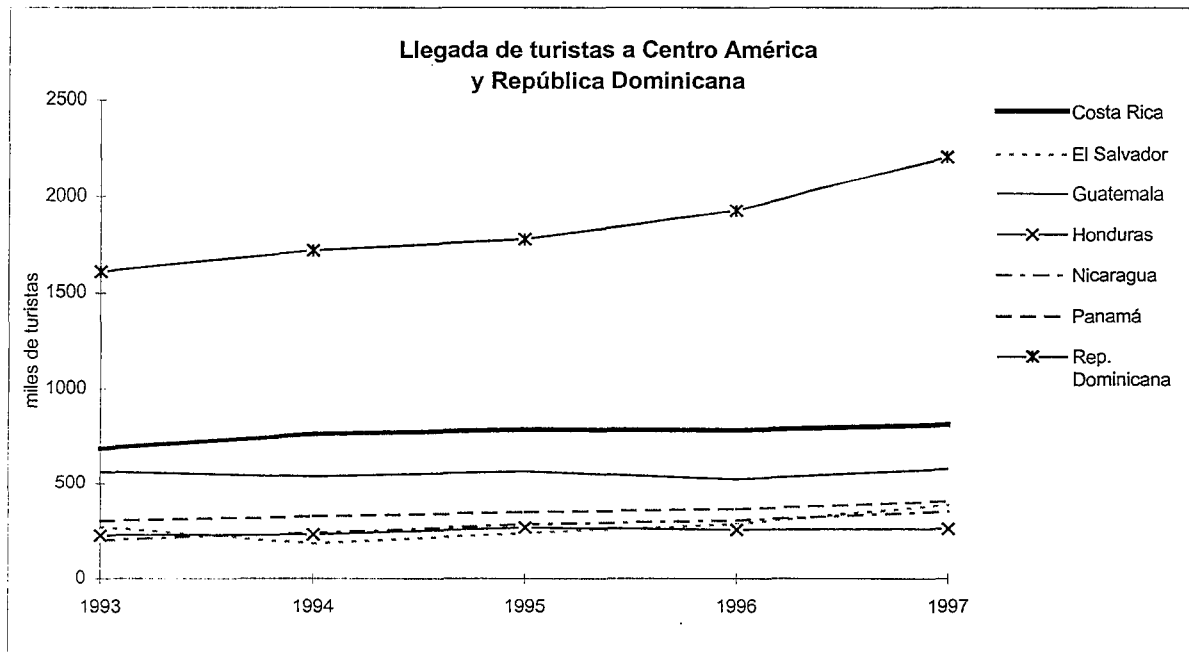


Gráfico 7.



Cuadro 16.

Turismo en Centroamérica y República Dominicana, 1993-1997.

Ingresos por turismo internacional.

	Ingresos 1/					% del total mundial				
	1993	1994	1995	1996	1997	1993	1994	1995	1996	1997
Costa Rica	577	626	660	689	752	0.18	0.18	0.16	0.16	0.17
El Salvador	121	86	75	76	87	0.04	0.02	0.02	0.02	0.02
Guatemala	265	258	277	284	325	0.08	0.07	0.07	0.07	0.07
Honduras	60	72	80	115	120	0.02	0.02	0.02	0.03	0.03
Nicaragua	30	40	50	54	80	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02
Panamá	226	262	310	343	374	0.07	0.07	0.08	0.08	0.08
República Dominicana	1,246	1,428	1,576	1,842	2,106	0.39	0.40	0.39	0.42	0.47
Total Centroamérica 2/	1,349	1,415	1,530	1,650	1,785	0.42	0.40	0.38	0.38	0.40
Total América 3/	91,221	95,370	102,853	112,854	121,102	28.41	27.04	25.64	26.00	27.29
Total mundial	321,124	352,648	401,195	433,982	443,772	100	100	100	100	100

	% del total de América					% del total de Centroamérica				
	1993	1994	1995	1996	1997	1993	1994	1995	1996	1997
Costa Rica	0.63	0.66	0.64	0.61	0.62	42.77	44.24	43.14	41.76	42.13
El Salvador	0.13	0.09	0.07	0.07	0.07	8.97	6.08	4.90	4.61	4.87
Guatemala	0.29	0.27	0.27	0.25	0.27	19.64	18.23	18.10	17.21	18.21
Honduras	0.07	0.08	0.08	0.10	0.10	4.45	5.09	5.23	6.97	6.72
Nicaragua	0.03	0.04	0.05	0.05	0.07	2.22	2.83	3.27	3.27	4.48
Panamá	0.25	0.27	0.30	0.30	0.31	16.75	18.52	20.26	20.79	20.95
República Dominicana	1.37	1.50	1.53	1.63	1.74	92.36	100.92	103.01	111.64	117.98
Total Centroamérica 2/	1.48	1.48	1.49	1.46	1.47	100	100	100	100	100
Total América 3/	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-
Total mundial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

1/millones de dólares.

2/incluye a Belice

3/incluye todos los países de Norteamérica, Centroamérica, Sudamérica y el Caribe.

Fuente: OMT, 1998.

Cuadro 17.
Turismo en Centroamérica y República Dominicana, 1993-1996.
Gastos por turismo internacional.

	Gastos 1/				% del total mundial			
	1993	1994	1995	1996	1993	1994	1995	1996
Costa Rica	267	300	321	335	0.10	0.10	0.09	0.09
El Salvador	61	70	72	75	0.02	0.02	0.02	0.02
Guatemala	116	161	174	167	0.04	0.05	0.05	0.04
Honduras	55	57	57	60	0.02	0.02	0.02	0.02
Nicaragua	31	30	40	60	0.01	0.01	0.01	0.02
Panamá	123	123	128	136	0.04	0.04	0.04	0.04
Rep. Dominicana	128	154	186	203	0.05	0.05	0.05	0.05
Total Centro América 2/	680	768	804	865	0.24	0.25	0.23	0.23
Total América 3/	68,350	71,713	72,563	79,716	24.54	22.98	20.35	21.03
Total mundial	278,512	312,118	356,617	379,132	100	100	100	100

	% del total de América				% del total de Centroamérica			
	1993	1994	1995	1996	1993	1994	1995	1996
Costa Rica	0.39	0.42	0.44	0.42	39.26	39.06	39.93	38.73
El Salvador	0.09	0.10	0.10	0.09	8.97	9.11	8.96	8.67
Guatemala	0.17	0.22	0.24	0.21	17.06	20.96	21.64	19.31
Honduras	0.08	0.08	0.08	0.08	8.09	7.42	7.09	6.94
Nicaragua	0.05	0.04	0.06	0.08	4.56	3.91	4.98	6.94
Panamá	0.18	0.17	0.18	0.17	18.09	16.02	15.92	15.72
Rep. Dominicana	0.19	0.21	0.26	0.25	18.82	20.05	23.13	23.47
Total Centro América 2/	0.99	1.07	1.11	1.09	100	100	100	100
Total América 3/	100	100	100	100	-	-	-	-
Total mundial	-	-	-	-	-	-	-	-

1/millones de dólares.

2/incluye a Belice.

3/incluye todos los países de Norteamérica, Centroamérica, Sudamérica y el Caribe.

Fuente: OMT, 1998.

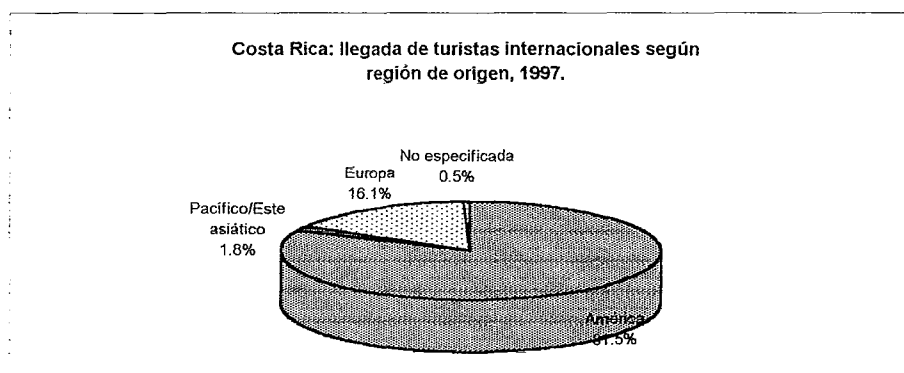
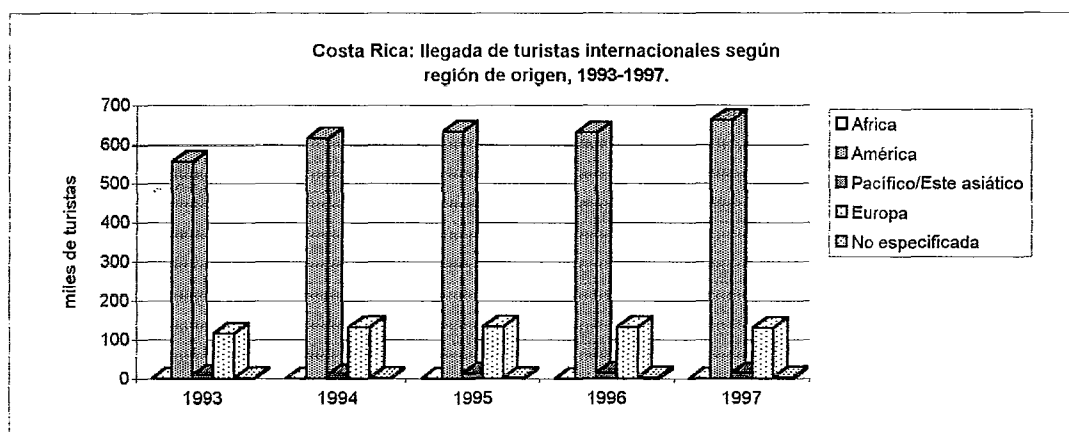
Cuadro 18.

Costa Rica: Llegada de turistas internacionales
según región de origen. 1993-1997.

Región	1993	1994	1995	1996	1997
Africa	468	491	489	714	689
América	555,616	615,454	633,055	629,879	661,574
Pacífico/Este asiático	9,669	10,594	13,165	14,638	14,484
Europa	115,871	131,737	134,656	132,435	130,713
No especificada	2,381	3,172	3,245	3,461	4,030
Total	684,005	761,448	784,610	781,127	811,490

participación(%)	1993	1994	1995	1996	1997
Africa	0.07	0.06	0.06	0.09	0.08
América	81.23	80.83	80.68	80.64	81.53
Pacífico/Este asiático	1.41	1.39	1.68	1.87	1.78
Europa	16.94	17.30	17.16	16.95	16.11
No especificada	0.35	0.42	0.41	0.44	0.50
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



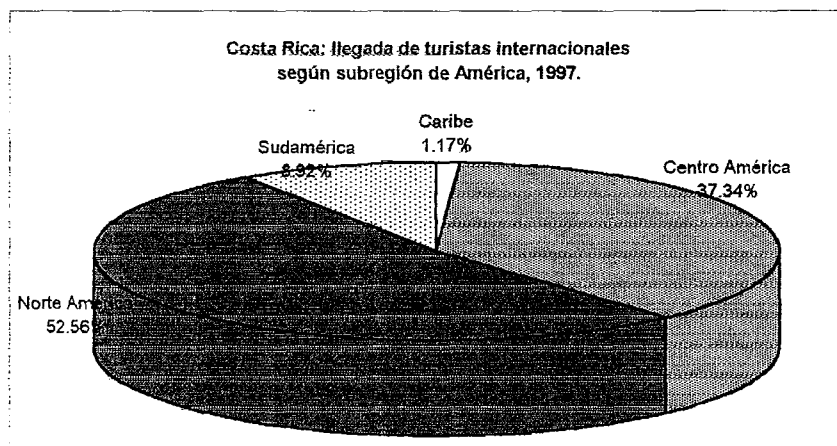
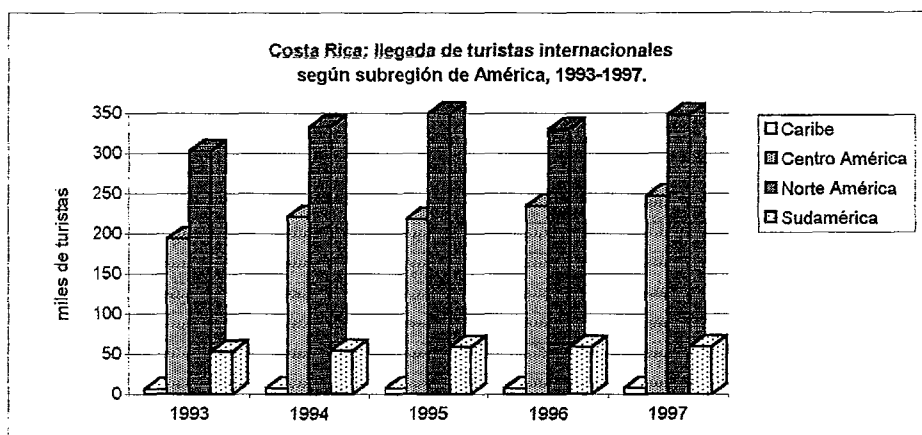
Cuadro 18.1.

Costa Rica: Llegada de turistas internacionales
según subregión americana de origen, 1993-1997.

Subregión	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	6,442	7,425	7,125	6,704	7,765
Centro América	193,512	221,384	218,023	234,326	247,039
Norte América	302,741	332,602	349,307	329,917	347,740
Sudamérica	52,921	54,043	58,600	58,932	59,030
Total	555,616	615,454	633,055	629,879	661,574

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	1.16	1.21	1.13	1.06	1.17
Centro América	34.83	35.97	34.44	37.20	37.34
Norte América	54.49	54.04	55.18	52.38	52.56
Sudamérica	9.52	8.78	9.26	9.36	8.92
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 18.2.

Costa Rica: indicadores seleccionados de turismo, 1993-1997.

	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas a/</i>					
por vía aérea	511	559	581	560	580b/
por vía terrestre	169	197	198	215	n.d
por vía marítima	4	5	6	6	n.d
por ocio, recreación y vacaciones	443	495	511	586	n.d
por profesional y negocios	168	187	193	122	n.d
por otros motivos	73	79	81	73	n.d
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles	9,479	10,794	11,862	13,128	13,437b/
Número de camas en hoteles	18,958	21,588	23,724	26,256	n.d

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas c/</i>					
por vía aérea	74.71	73.46	74.01	71.70	71.52
por vía terrestre	24.71	25.89	25.22	27.53	n.d
por vía marítima	0.58	0.66	0.76	0.77	n.d
por ocio, recreación y vacaciones	64.77	65.05	65.10	75.03	n.d
por profesional y negocios	24.56	24.57	24.59	15.62	n.d
por otros motivos	10.67	10.38	10.32	9.35	n.d
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles d/	13.93	14.58	14.64	14.85	16.20
Número de camas en hoteles e/	13.96	14.64	14.71	14.75	n.d

a/miles de turistas

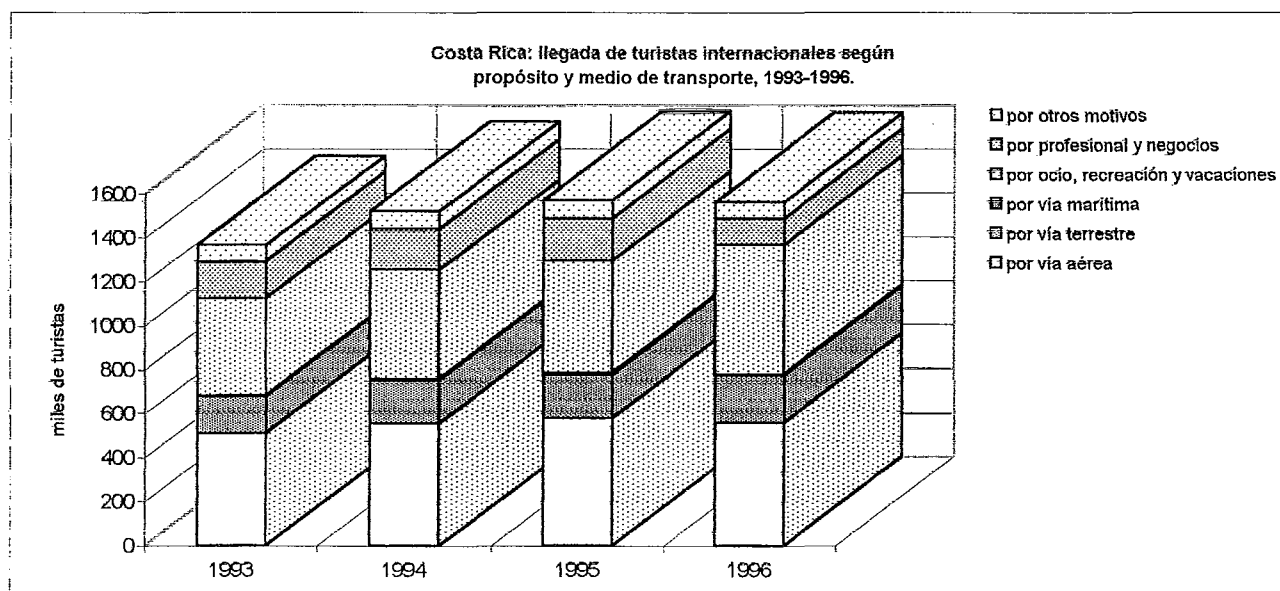
b/Informe estadístico, ICT, 1998.

c/participación en el total de llegadas al país

d/participación en el total de cuartos en todos los países

e/participación en el total de camas en todos los países

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 18.3.

Costa Rica: indicadores seleccionados, 1993-1997.

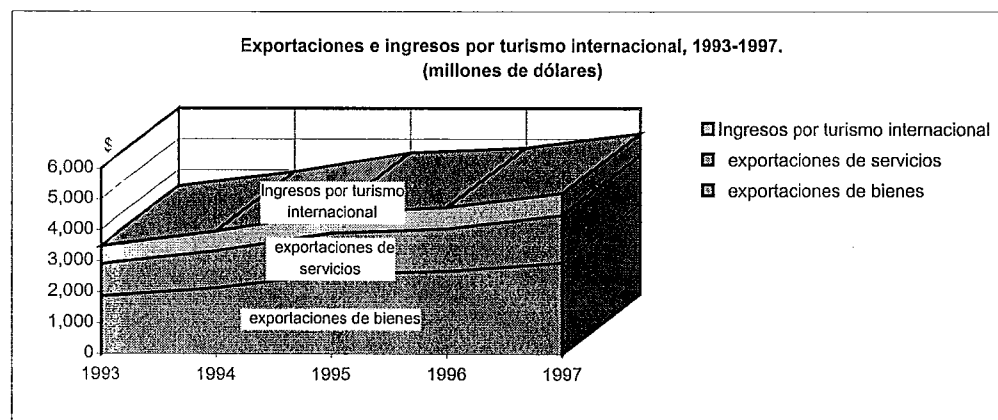
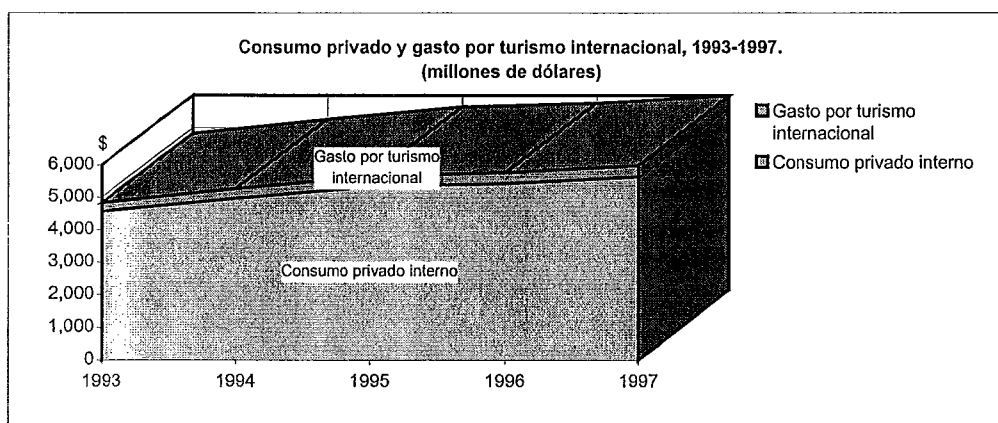
millones de dólares	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	4,561.2	4,961.5	5,330.4	5,429.9	5,644.4
Gasto por turismo internacional	267	300	321	335	348
Exportaciones bienes y servicios	2,906.1	3,317.0	3,895.3	4,033.6	4,478.1
exportaciones de bienes	1,866.8	2,122.0	2,570.7	2,675.8	2,953.8
exportaciones de servicios	1,039.3	1,195.0	1,324.6	1,357.8	1,524.3
Ingresos por turismo internacional	577	626	660	689	713
Saldo turismo internacional	310	326	339	354	365

proporción %	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	100	100	100	100	100
Gasto por turismo internacional 1/	5.85	6.05	6.02	6.17	6.17
Exportaciones bienes y servicios 2/	19.85	18.87	16.94	17.08	15.92
exportaciones de bienes	30.91	29.50	25.67	25.75	24.14
exportaciones de servicios	55.52	52.38	49.83	50.74	46.78
Ingresos por turismo internacional	-	-	-	-	-

1/ Es la proporción del gasto por turismo en el consumo privado.

2/ Es la proporción de los ingresos por turismo en las exportaciones.

Fuente: FMI, OMT, 1998.



Cuadro 19.

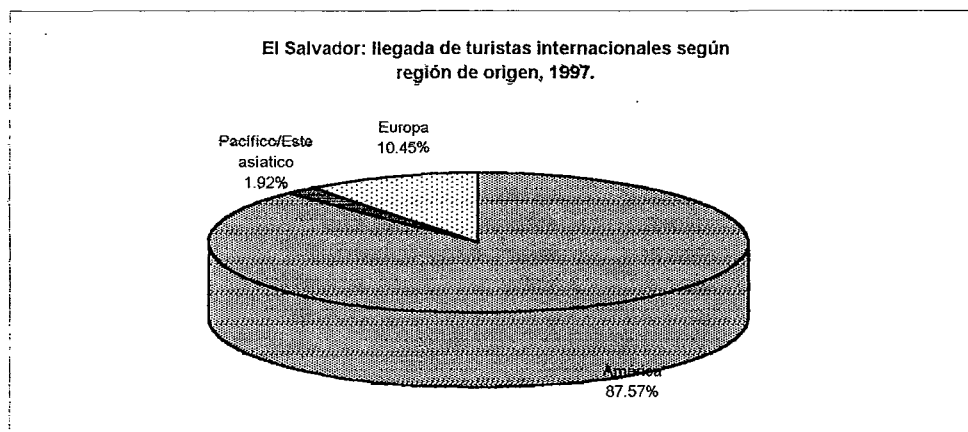
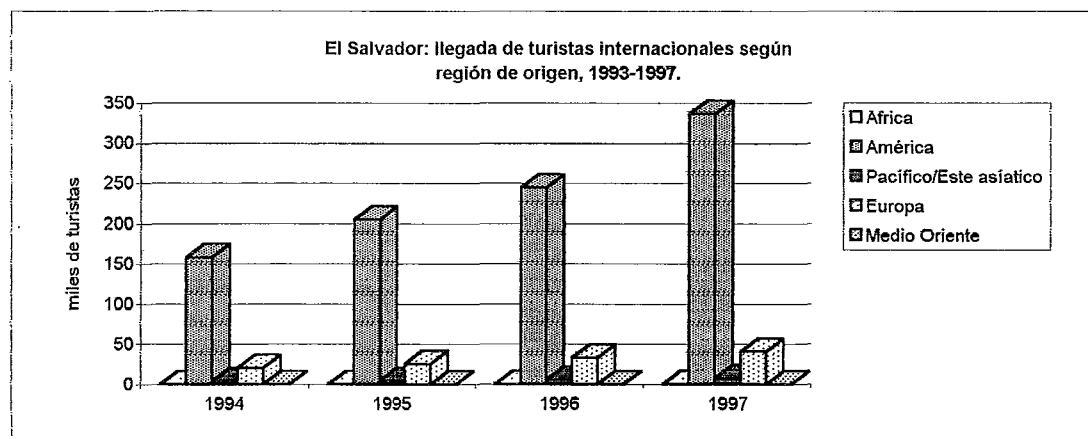
El Salvador: llegada de turistas internacionales
según región de origen, 1993-1997.

Región	1993a/	1994	1995	1996	1997
Africa	66	86	115	150	203
América	53,011	157,903	205,198	244,818	336,710
Pacífico/Este asiático	1,266	3,418	4,682	5,224	7,367
Europa	6,780	19,923	25,340	32,613	40,200
Medio Oriente	30	2	29	30	40
Total	61,153	181,332	235,364	282,835	384,520

participación (%)	1993a/	1994	1995	1996	1997
Africa	0.11	0.05	0.05	0.05	0.05
América	86.69	87.08	87.18	86.56	87.57
Pacífico/Este asiático	2.07	1.88	1.99	1.85	1.92
Europa	11.09	10.99	10.77	11.53	10.45
Medio Oriente	0.05	0.00	0.01	0.01	0.01
Total	100	100	100	100	100

a/Se refiere a la llegada de turistas internacionales a hoteles
y establecimientos similares.

FUENTE: OMT, 1988.



Cuadro 19.1.

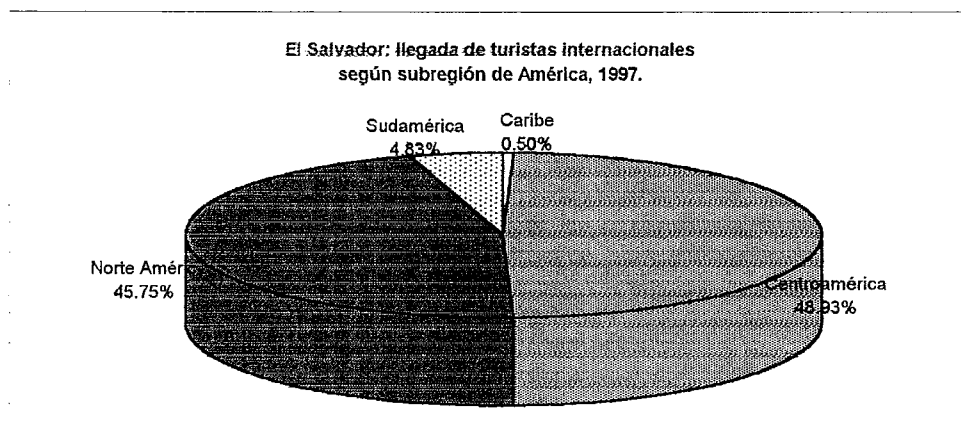
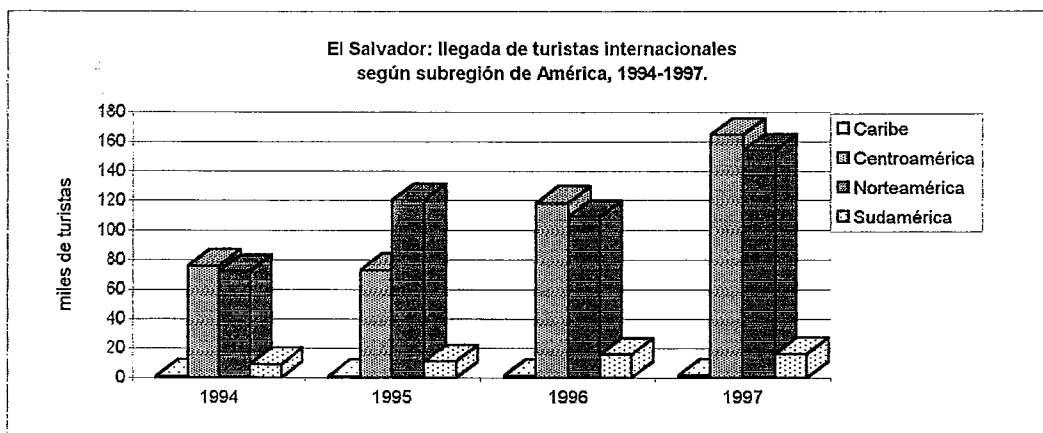
El Salvador: llegada de turistas internacionales
según subregión americana de origen, 1993-1997.

Subregión	1993a/	1994	1995	1996	1997
Caribe	506	968	1,041	1,369	1,700
Centroamérica	30,803	75,796	72,760	118,635	164,745
Norteamérica	17,730	72,060	120,445	109,036	154,036
Sudamérica	2,801	9,079	10,952	15,778	16,229
Total	51,840	157,903	205,198	244,818	336,710

participación (%)	1993a/	1994	1995	1996	1997
Caribe	0.98	0.61	0.51	0.56	0.50
Centroamérica	59.42	48.00	35.46	48.46	48.93
Norteamérica	34.20	45.64	58.70	44.54	45.75
Sudamérica	5.40	5.75	5.34	6.44	4.82
Total	100	100	100	100	100

a/Se refiere a la llegada de turistas internacionales a los hoteles y establecimientos similares.

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 19.2.

El Salvador: indicadores seleccionados de turismo, 1993-1997.

	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas a/</i>					
por vía aérea	119	96	154	164	206
por vía terrestre	147	85	81	119	181
por vía marítima	1	0	0	0	0
por ocio, recreación y vacaciones	241	168	222	267	364
por profesional y negocios	14	7	5	6	8
por otros motivos	12	6	8	10	15
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles	3,394	3,394	3,450	3,500	3,750
Número de camas en hoteles	6,257	6,257	6,800	7,000	7,500

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas b/</i>					
por vía aérea	44.57	53.04	65.53	57.95	53.23
por vía terrestre	55.06	46.96	34.47	42.05	46.77
por vía marítima	0.37	0	0	0	0
por ocio, recreación y vacaciones	90.26	92.82	94.47	94.35	94.06
por profesional y negocios	5.24	3.87	2.13	2.12	2.07
por otros motivos	4.49	3.31	3.40	3.53	3.88
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles c/	4.99	4.58	4.26	3.96	4.52
Número de camas en hoteles d/	4.61	4.24	4.22	3.93	5.11

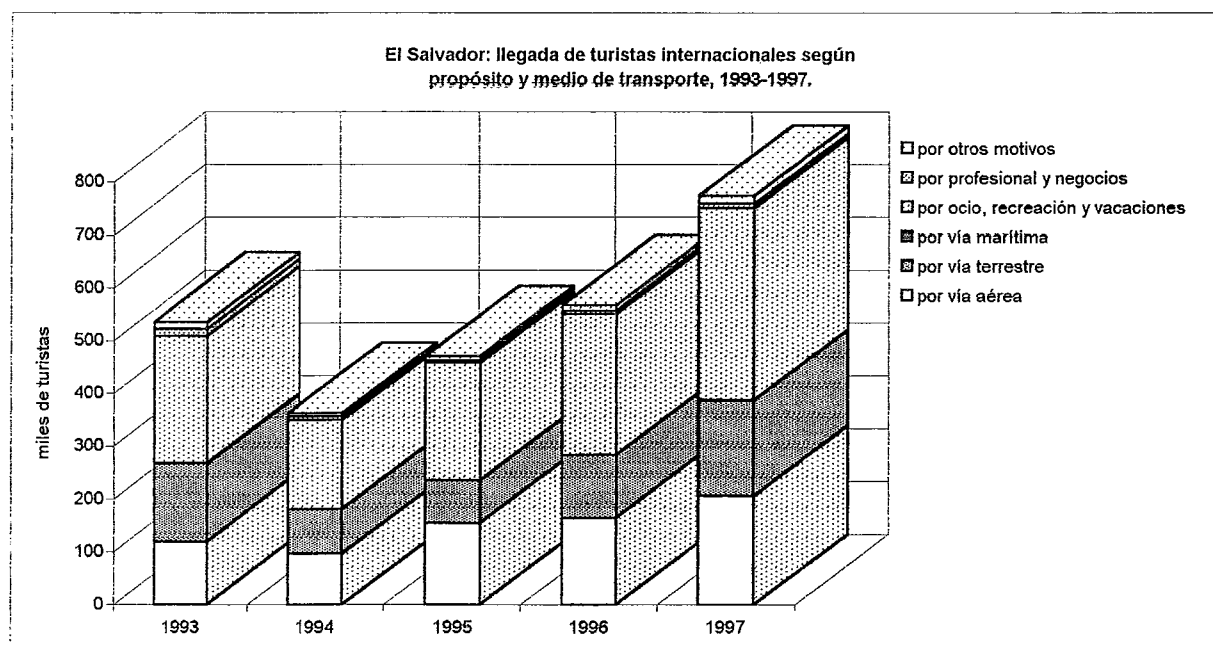
a/miles de turistas

b/participación en el total de llegadas al país

c/participación en el total de cuartos en todos los países

d/participación en el total de camas en todos los países

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 19.3
El Salvador: indicadores seleccionados, 1993-1997.

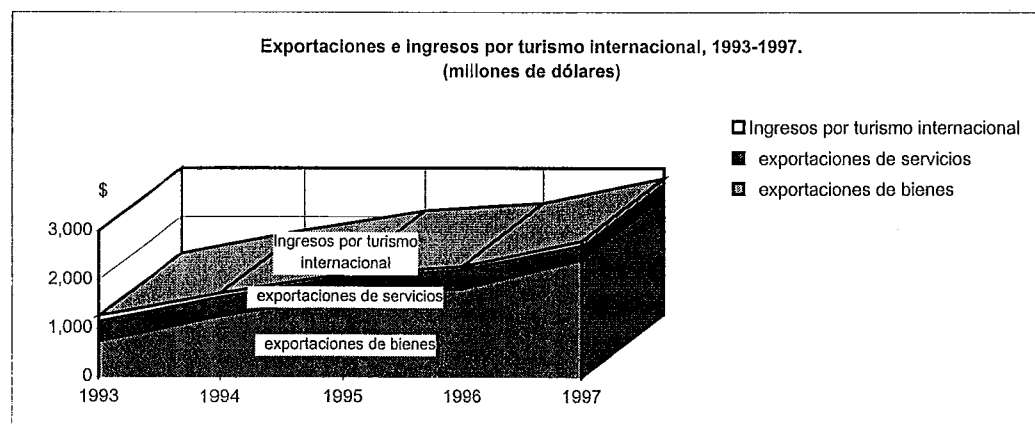
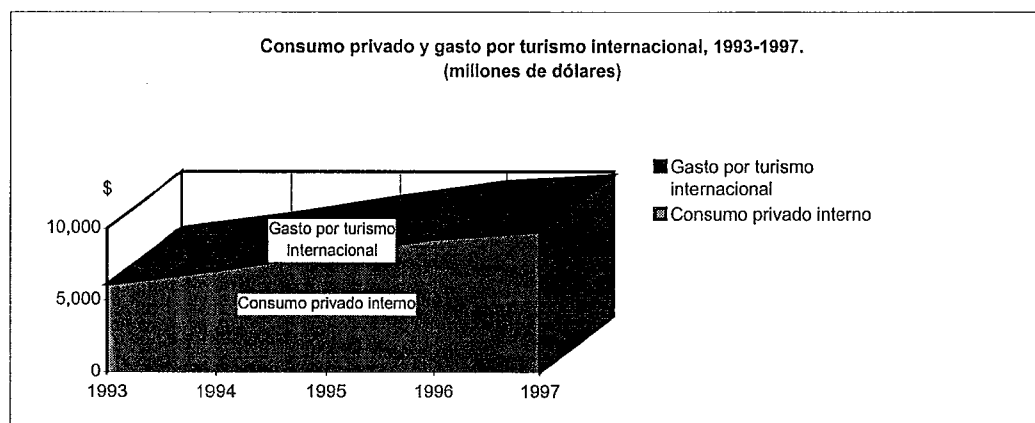
<i>millones de dólares</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	6,081.4	7,038.9	8,205.2	9,244.7	9,762.2
Gasto por turismo internacional	61	70	72	75	n.d
Exportaciones bienes y servicios	1,137.8	1,639.5	2,049.0	2,203.5	2,707.6
exportaciones de bienes	731.5	1,252.2	1,660.4	1,813.5	2,415.9
exportaciones de servicios	406.3	387.3	388.6	390.0	291.7
Ingresos por turismo internacional	121	86	75	76	87
Saldo turismo internacional	60	16	3	1	n.d

<i>proporción %</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	100	100	100	100	100
Gasto por turismo internacional 1/	1.00	0.99	0.88	0.81	n.d
Exportaciones bienes y servicios 2/	10.63	5.25	3.66	3.45	3.21
exportaciones de bienes	16.54	6.87	4.52	4.19	3.60
exportaciones de servicios	29.78	22.21	19.30	19.49	29.83
Ingresos por turismo internacional	-	-	-	-	-

1/ Es la proporción del gasto por turismo en el consumo privado.

2/ Es la proporción de los ingresos por turismo en las exportaciones.

Fuente: FMI, OMT, 1998.



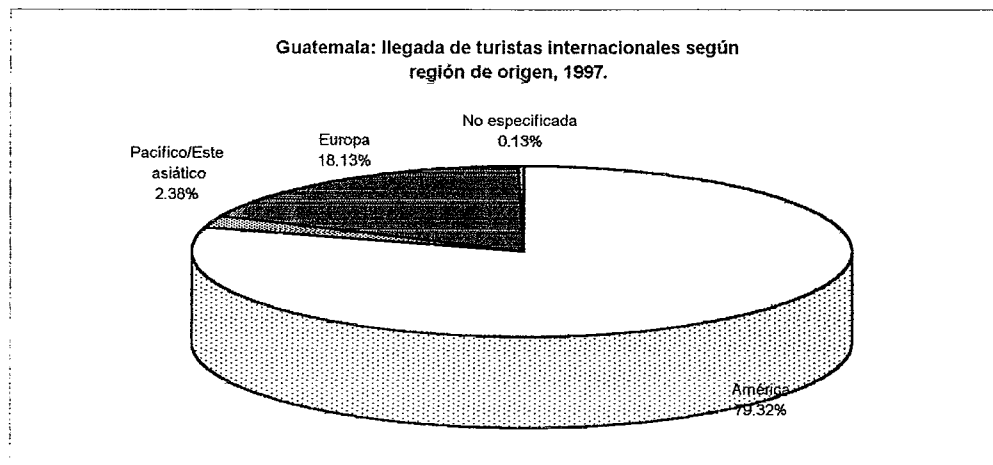
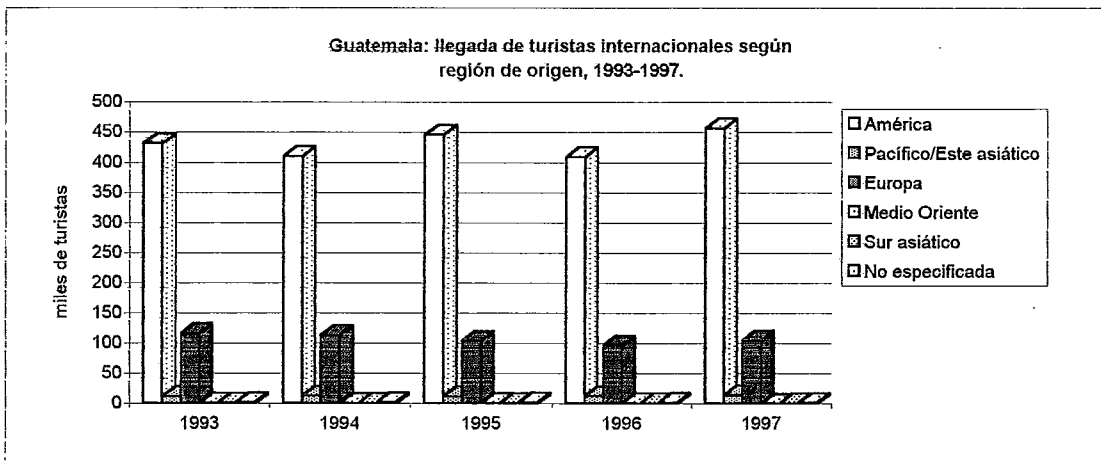
Cuadro 20.

Guatemala: llegada de turistas internacionales
según región de origen, 1993-1997.

Región	1993	1994	1995	1996	1997
América	431,673	410,050	446,012	409,374	457,156
Pacífico/Este asiático	11,821	12,297	11,917	12,029	13,746
Europa	115,883	112,442	103,828	96,830	104,475
Medio Oriente	206	300	364	318	0
Sur asiático	536	255	222	267	261
No especificada	1,798	2,030	1,135	1,267	723
Total	561,917	537,374	563,478	520,085	576,361

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
América	76.82	76.31	79.15	78.71	79.32
Pacífico/Este asiático	2.10	2.29	2.11	2.31	2.38
Europa	20.62	20.92	18.43	18.62	18.13
Medio Oriente	0.04	0.06	0.06	0.06	0.00
Sur asiático	0.10	0.05	0.04	0.05	0.05
No especificada	0.32	0.38	0.20	0.24	0.13
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



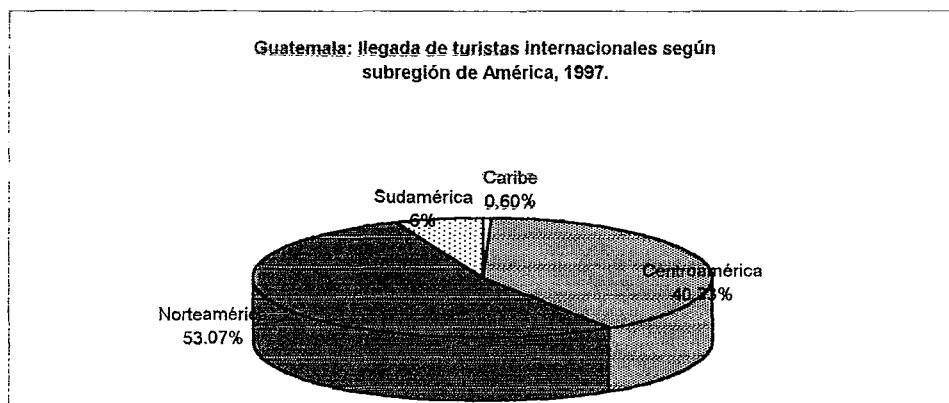
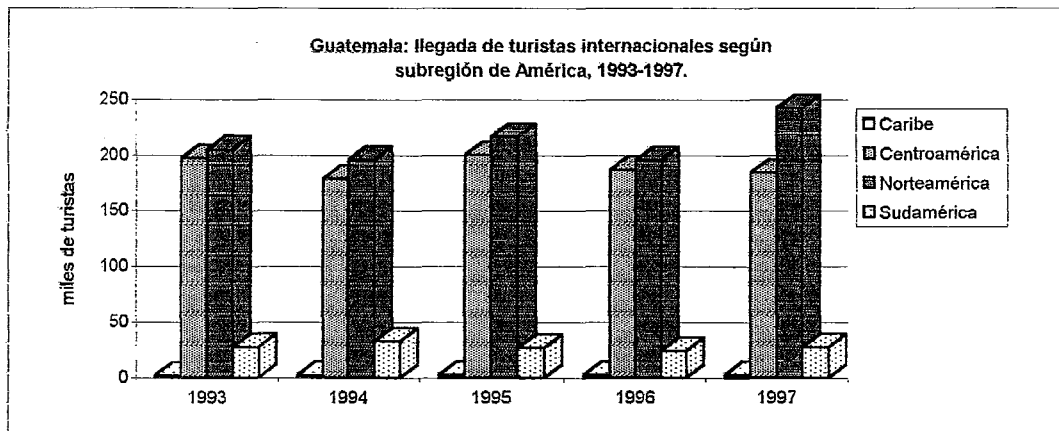
Cuadro 20.1.

Guatemala: llegada de turistas internacionales
según subregión americana de origen, 1993-1997.

Subregión	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	1,974	2,123	2,298	2,304	2,749
Centroamérica	197,285	178,785	200,195	187,093	184,360
Norteamérica	204,926	196,231	216,608	195,893	242,629
Sudamérica	27,488	32,911	26,911	24,084	27,418
Total	431,673	410,050	446,012	409,374	457,156

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	0.46	0.52	0.52	0.56	0.60
Centroamérica	45.70	43.60	44.89	45.70	40.33
Norteamérica	47.47	47.86	48.57	47.85	53.07
Sudamérica	6.37	8.03	6.03	5.88	6.00
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 20.2

Guatemala: indicadores seleccionados de turismo, 1993-1997.

	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas a/</i>					
por vía aérea	296	293	299	269	303
por vía terrestre	261	238	242	232	232
por vía marítima	5	6	22	19	42
por ocio, recreación y vacaciones	326	209	248	229	n.d
por profesional y negocios	96	267	175	161	n.d
por otros motivos	140	61	141	130	n.d
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles	10,266	11,152	12,033	13,113	13,854
Número de camas en hoteles	26,767	28,533	30,221	33,120	35,707

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas b/</i>					
por vía aérea	52.67	54.56	53.11	51.73	52.51
por vía terrestre	46.44	44.32	42.98	44.62	40.21
por vía marítima	0.89	1.12	3.91	3.65	7.28
por ocio, recreación y vacaciones	58.01	38.92	44.05	44.04	n.d
por profesional y negocios	17.08	49.72	31.08	30.96	n.d
por otros motivos	24.91	11.36	25.04	25.00	n.d
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles c/	15.09	15.06	14.85	14.84	16.70
Número de camas en hoteles d/	19.71	19.35	18.73	18.61	24.35

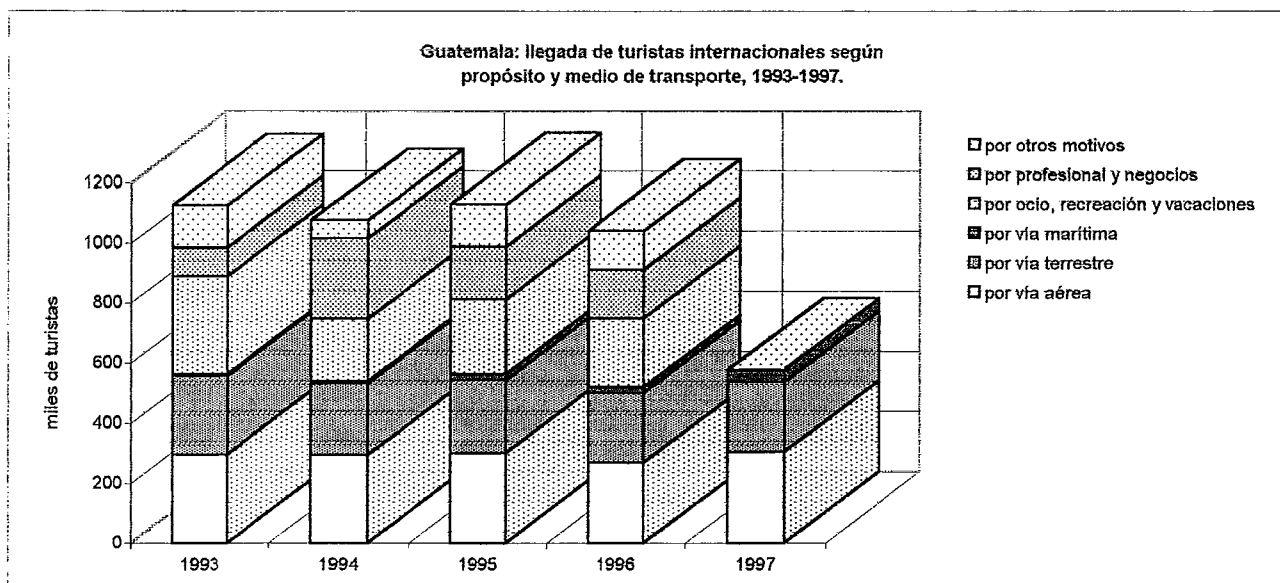
a/miles de turistas

b/participación en el total de llegadas al país

c/participación en el total de cuartos en todos los países

d/participación en el total de camas en todos los países

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 20.3

Guatemala: indicadores seleccionados, 1993-1997.

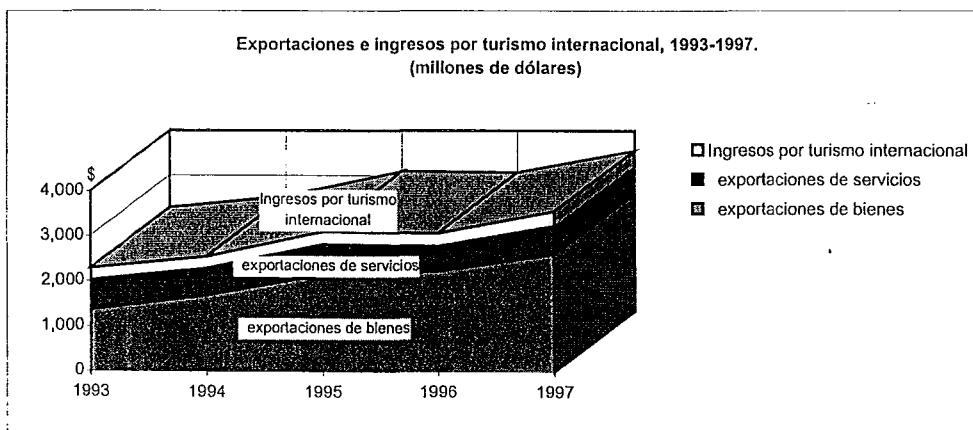
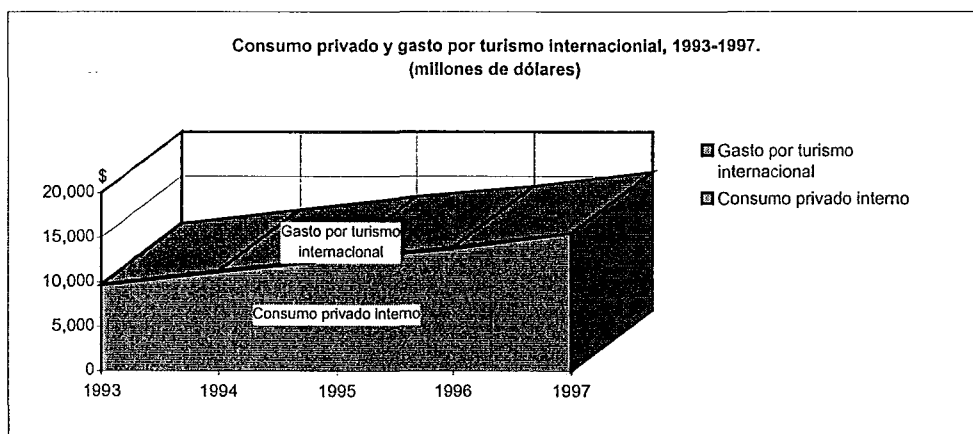
<i>millones de dólares</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	9,603.6	11,111.8	12,541.5	13,730.9	15,503.3
Gasto por turismo internacional	116	161	174	167	n.d.
Exportaciones bienes y servicios	2,023.6	2,286.6	2,822.7	2,786.9	3,236.9
exportaciones de bienes	1,363.2	1,686.6	2,157.3	2,227.4	2,603.9
exportaciones de servicios	660.4	600.0	665.4	559.5	633.0
Ingresos por turismo internacional	265	258	277	284	325
Saldo turismo internacional	149	97	103	117	n.d.

<i>proporción %</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	100	100	100	100	100
Gasto por turismo internacional 1/	1.21	1.45	1.39	1.22	n.d.
Exportaciones bienes y servicios 2/	13.10	11.28	9.81	10.19	10.04
exportaciones de bienes	19.44	15.30	12.84	12.75	12.48
exportaciones de servicios	40.13	43.00	41.63	50.76	51.34
Ingresos por turismo internacional	-	-	-	-	-

1/ Es la proporción del gasto por turismo en el consumo privado.

2/ Es la proporción de los ingresos por turismo en las exportaciones.

Fuente: FMI, OMT, 1998.



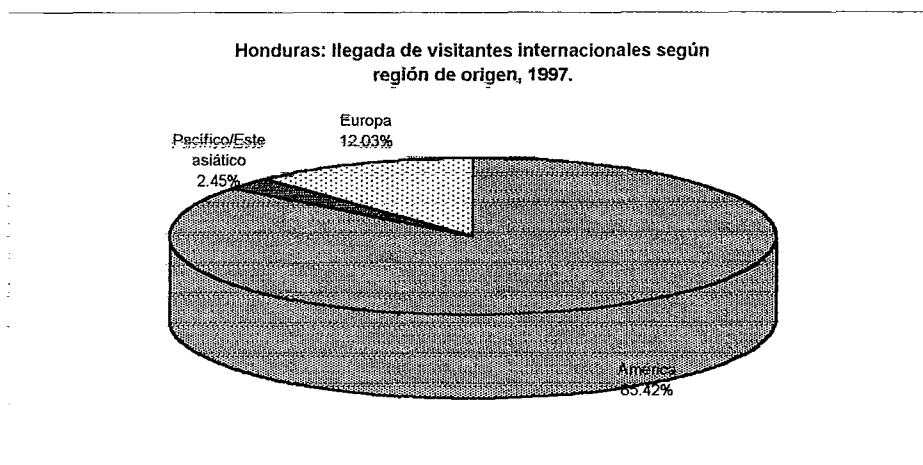
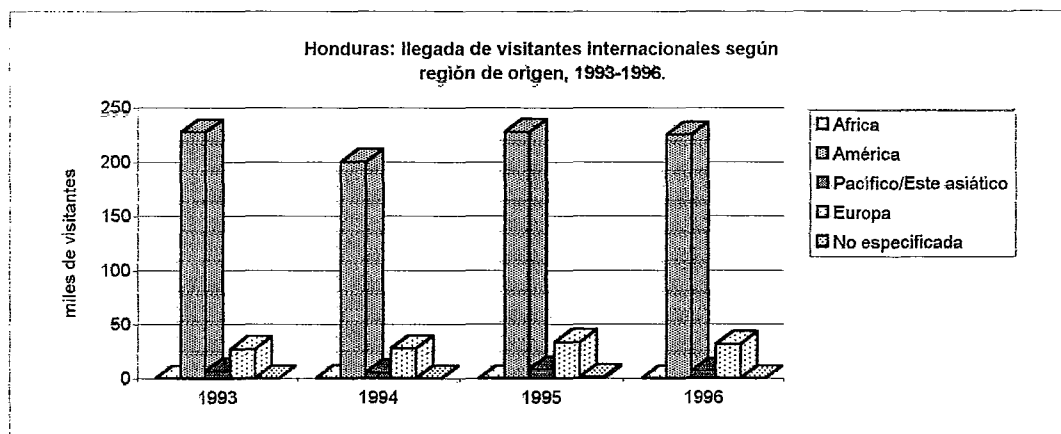
Cuadro 21

Honduras: llegada de visitantes internacionales
según región de origen, 1993-1997.

Región	1993	1994	1995	1996	1997
Africa	145	335	206	237	n.d.
América	227,437	199,796	227,485	224,926	n.d.
Pacífico/Este asiático	6,737	5,533	8,157	6,462	n.d.
Europa	27,151	27,826	33,523	31,666	n.d.
No especificada	5	26	1,178	26	n.d.
Total	261,475	233,516	270,549	263,317	n.d.

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
Africa	0.06	0.14	0.08	0.09	n.d.
América	86.98	85.56	84.08	85.42	n.d.
Pacífico/Este asiático	2.58	2.37	3.01	2.45	n.d.
Europa	10.38	11.92	12.39	12.03	n.d.
No especificada	0.00	0.01	0.44	0.01	n.d.
Total	100	100	100	100	n.d.

Fuente: OMT, 1998.



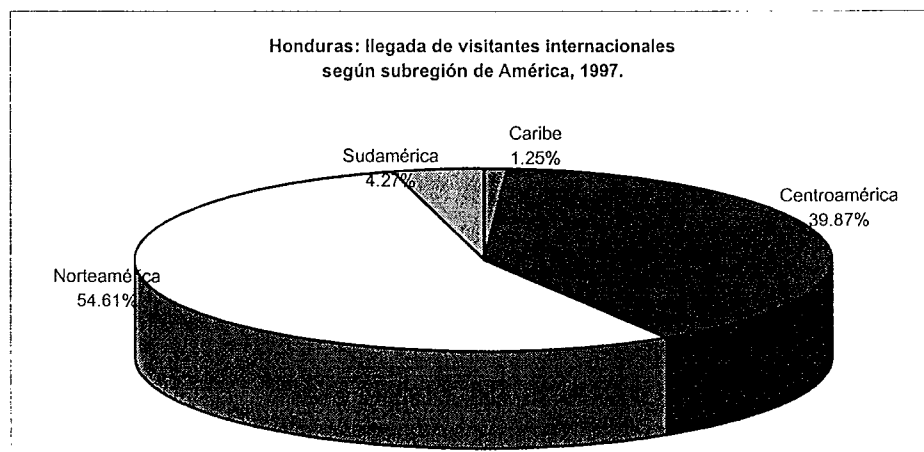
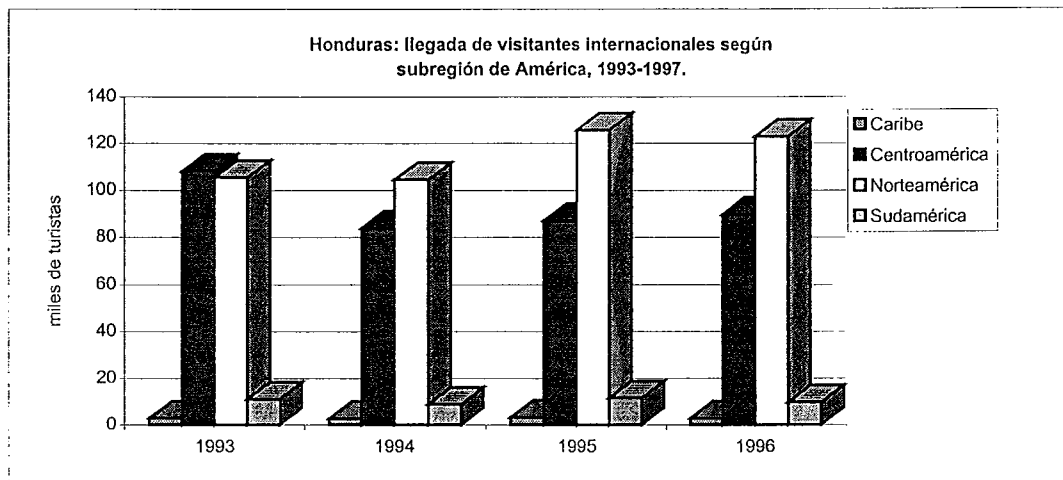
Cuadro 21.1.

Honduras: Llegada de visitantes internacionales
según subregión americana de origen, 1993-1997.

Subregión	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	2.842	2.636	3.203	2.809	n.d
Centroamérica	108.160	83.906	87.140	89.687	n.d
Norteamérica	105.478	104.513	125.668	122.828	n.d
Sudamérica	10.957	8.741	11.474	9.602	n.d
Total	227.437	199.796	227.485	224.926	n.d

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	1,25	1,32	1,41	1,25	n.d
Centroamérica	47,56	42,00	38,31	39,87	n.d
Norteamérica	46,38	52,31	55,24	54,61	n.d
Sudamérica	4,82	4,37	5,04	4,27	n.d
Total	100	100	100	100	n.d

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 21.2.
Honduras: indicadores seleccionados de turismo, 1993-1997.

	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de visitantes a/</i>					
por vía aérea	147	163	205	200	n.d
por vía terrestre	99	68	61	59	n.d
por vía marítima	15	3	4	3	n.d
por ocio, recreación y vacaciones	157	171	195	167	n.d
por profesional y negocios	40	48	56	64	n.d
por otros motivos	64	15	20	32	n.d
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles	7.824	8.803	10.022	10.772	n.d
Número de camas en hoteles	13.277	14.849	16.979	18.264	n.d

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de visitantes b/</i>					
por vía aérea	56,32	69,66	75,93	76,34	n.d
por vía terrestre	37,93	29,06	22,59	22,52	n.d
por vía marítima	5,75	1,28	1,48	1,15	n.d
por ocio, recreación y vacaciones	60,15	73,08	72,22	63,74	n.d
por profesional y negocios	15,33	20,51	20,74	24,43	n.d
por otros motivos	24,52	6,41	7,41	12,21	n.d
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles c/	11,50	11,89	12,37	12,19	n.d
Número de camas en hoteles d/	9,78	10,07	10,52	10,26	n.d

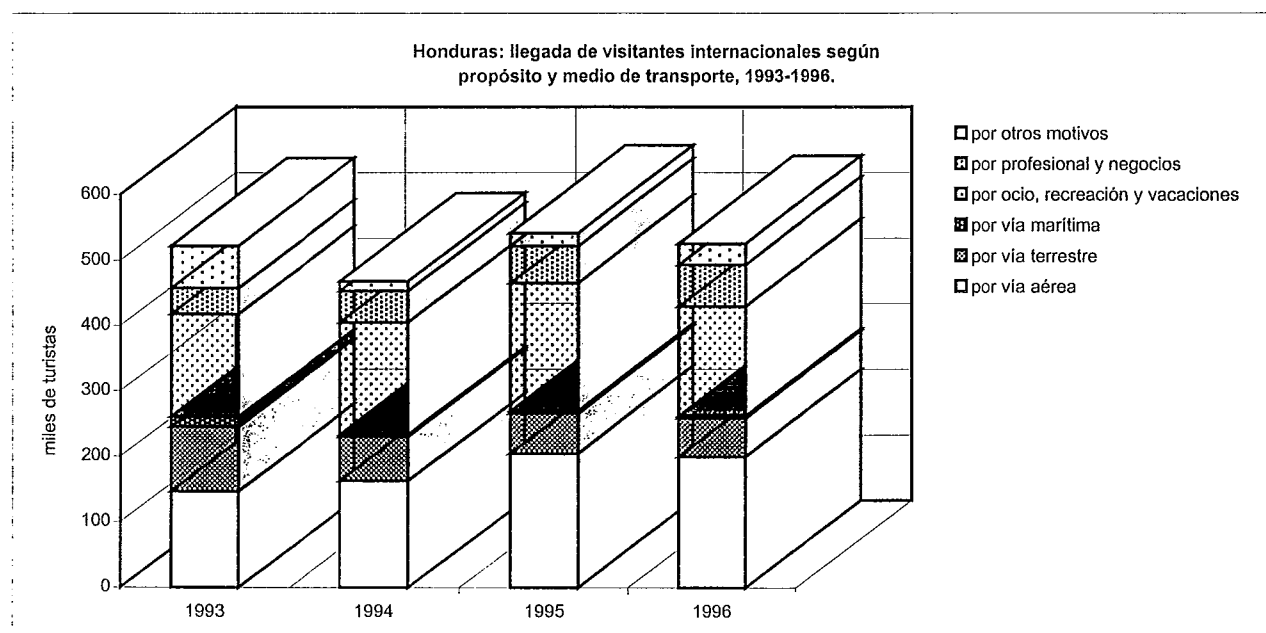
a/miles de visitantes

b/participación en el total de llegadas al país

c/participación en el total de cuartos en todos los países

d/participación en el total de camas en todos los países

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 21.3.

Honduras: indicadores seleccionados, 1993-1997.

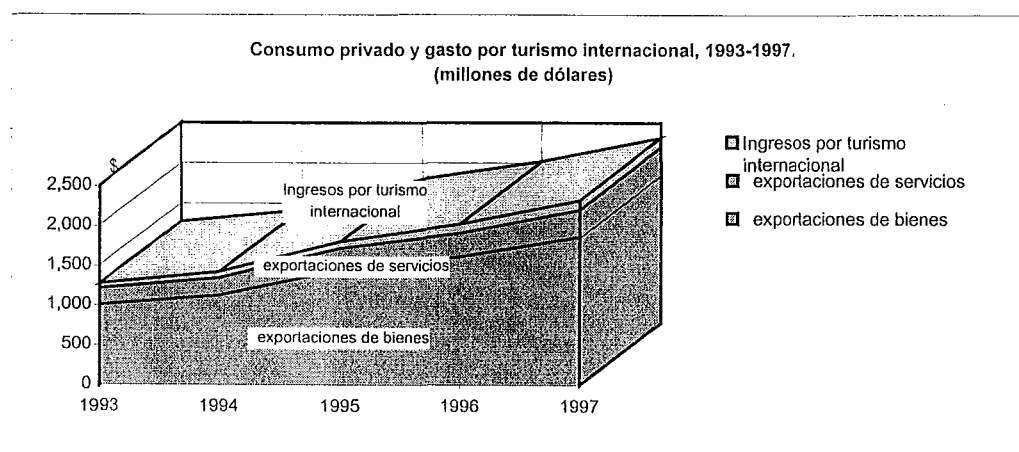
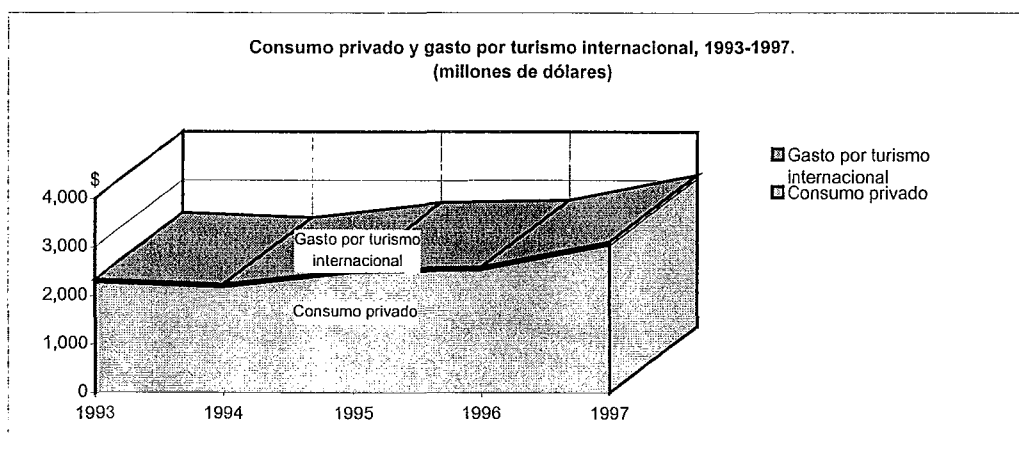
<i>millones de dólares</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado	2,274.7	2,176.1	2,479.6	2,532.7	3,049.4
Gasto por turismo internacional	55	57	57	60	62
Exportaciones bienes y servicios	1,210.6	1,343.3	1,719.1	1,905.8	2,197.8
exportaciones de bienes	1,001.9	1,119.1	1,448.7	1,610.9	1,860.2
exportaciones de servicios	208.7	224.2	270.4	294.9	337.6
Ingresos por turismo internacional	60	72	80	115	120
Saldo turismo internacional	5	15	23	55	58

<i>proporción %</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado	100	100	100	100	100
Gasto por turismo internacional 1/	2.42	2.62	2.30	2.37	2.03
Exportaciones bienes y servicios 2/	4.96	5.36	4.65	6.03	5.46
exportaciones de bienes	5.99	6.43	5.52	7.14	6.45
exportaciones de servicios	28.75	32.11	29.59	39.00	35.55
Ingresos por turismo internacional	-	-	-	-	-

1/ Es la proporción del gasto por turismo en el consumo privado.

2/ Es la proporción de los ingresos por turismo en las exportaciones.

Fuente: FMI, OMT. 1998.



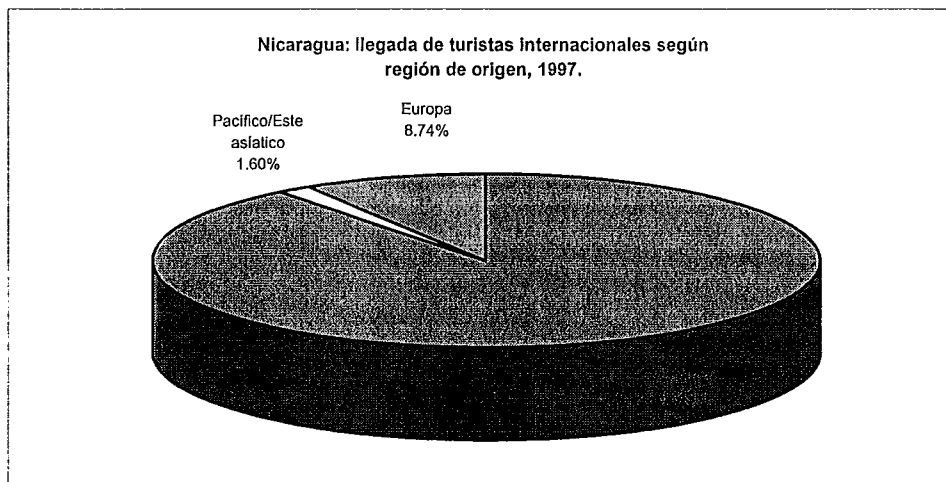
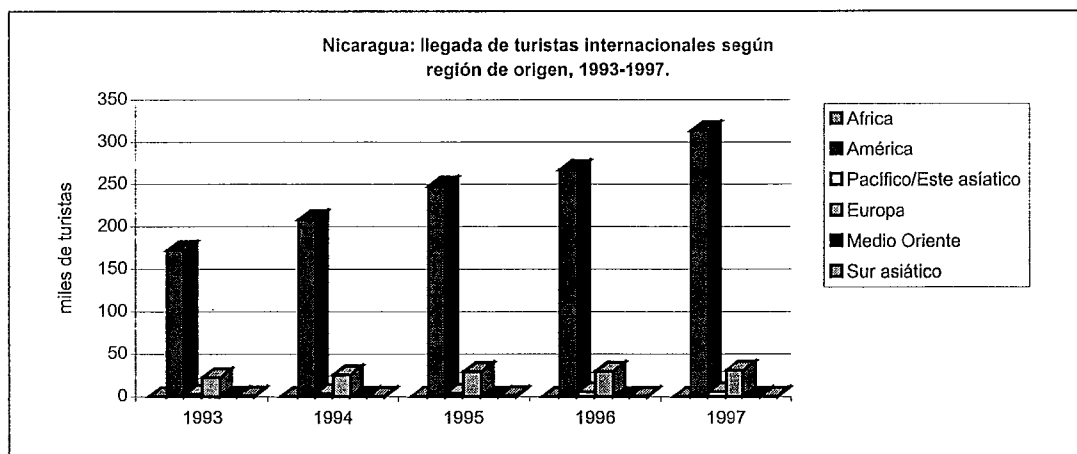
Cuadro 22.

Nicaragua: llegada de turistas internacionales
según región de origen, 1993-1997.

Región	1993	1994	1995	1996	1997
Africa	102	96	110	106	129
América	171,807	208,207	247,452	266,880	313,428
Pacífico/Este asiático	2,676	3,474	3,842	5,474	5,596
Europa	22,354	25,514	29,263	29,761	30,608
Medio Oriente	111	93	85	63	85
Sur asiático	515	268	502	410	375
Total	197,565	237,652	281,254	302,694	350,221

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
Africa	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04
América	86.96	87.61	87.98	88.17	89.49
Pacífico/Este asiático	1.35	1.46	1.37	1.81	1.60
Europa	11.31	10.74	10.40	9.83	8.74
Medio Oriente	0.06	0.04	0.03	0.02	0.02
Sur asiático	0.26	0.11	0.18	0.14	0.11
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



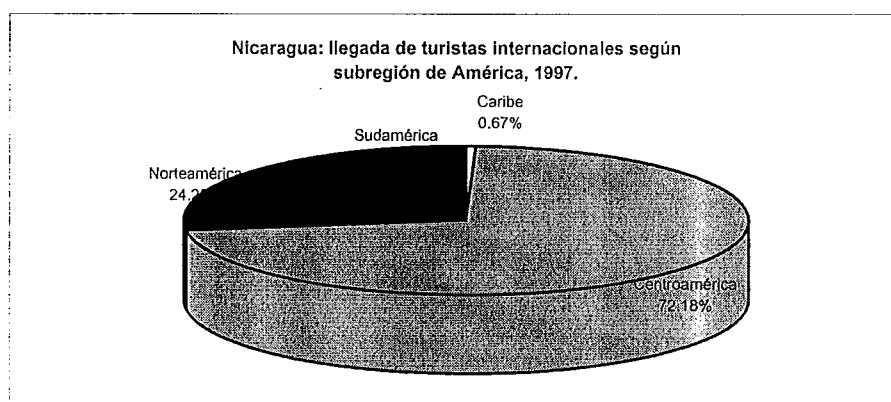
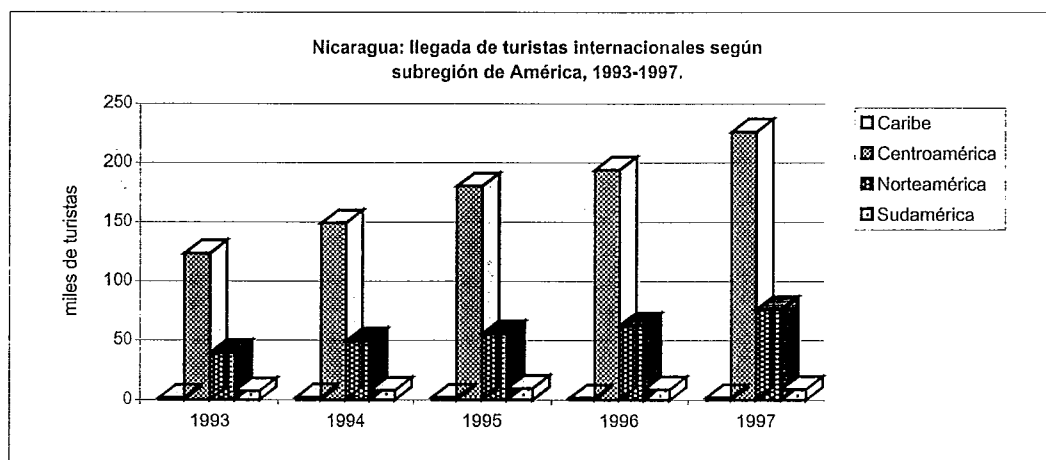
Cuadro 22.1.

Nicaragua: llegada de turistas internacionales
según subregión americana de origen, 1993-1997.

Subregión	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	1,751	2,220	2,143	1,903	2,091
Centroamérica	123,414	148,978	180,428	194,081	226,236
Norteamérica	39,254	48,990	55,204	62,169	75,996
Sudamérica	7,388	8,019	9,677	8,727	9,105
Total	171,807	208,207	247,452	266,880	313,428

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	1.02	1.07	0.87	0.71	0.67
Centroamérica	71.83	71.55	72.91	72.72	72.18
Norteamérica	22.85	23.53	22.31	23.29	24.25
Sudamérica	4.30	3.85	3.91	3.27	2.90
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 22.2.

Nicaragua: indicadores seleccionados de turismo, 1993-1997.

	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas a/</i>					
por vía aérea	72	87	95	105	123
por vía terrestre	117	140	173	182	223
por vía marítima	9	11	13	15	12
por ocio, recreación y vacaciones	22	58	118	82	109
por profesional y negocios	173	178	159	220	248
por otros motivos	3	1	4	1	1
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles	1,404	1,846	1,942	2,119	2,217
Número de camas en hoteles	2,202	3,221	3,336	3,813	4,002

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas b/</i>					
por vía aérea	36.36	36.55	33.81	34.77	34.36
por vía terrestre	59.09	58.82	61.57	60.26	62.29
por vía marítima	4.55	4.62	4.63	4.97	3.35
por ocio, recreación y vacaciones	11.11	24.37	41.99	27.15	30.45
por profesional y negocios	87.37	74.79	56.58	72.85	69.27
por otros motivos	1.52	0.42	1.42	0.33	0.28
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles c/	2.06	2.49	2.40	2.40	2.67
Número de camas en hoteles d/	1.62	2.18	2.07	2.14	2.73

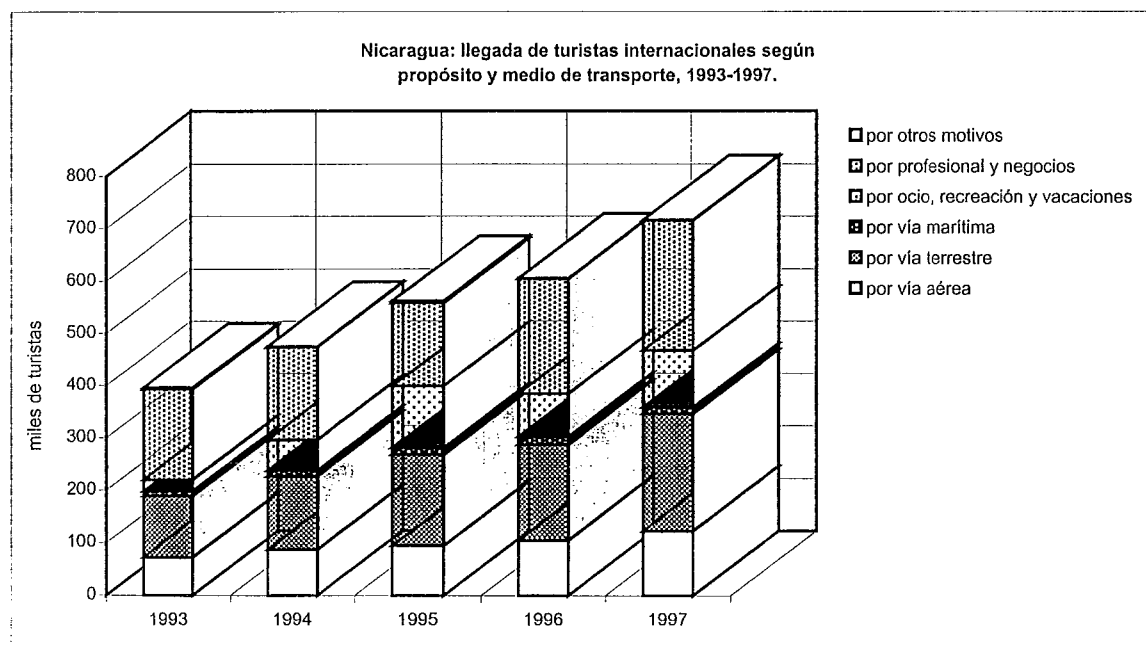
a/miles de turistas

b/participación en el total de llegadas al país

c/participación en el total de cuartos en todos los países

d/participación en el total de camas en todos los países

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 22.3.

Nicaragua: indicadores seleccionados, 1993-1997.

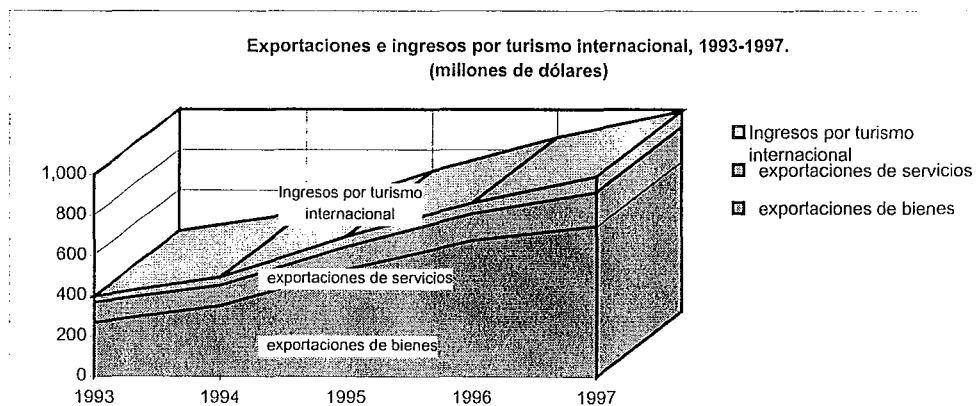
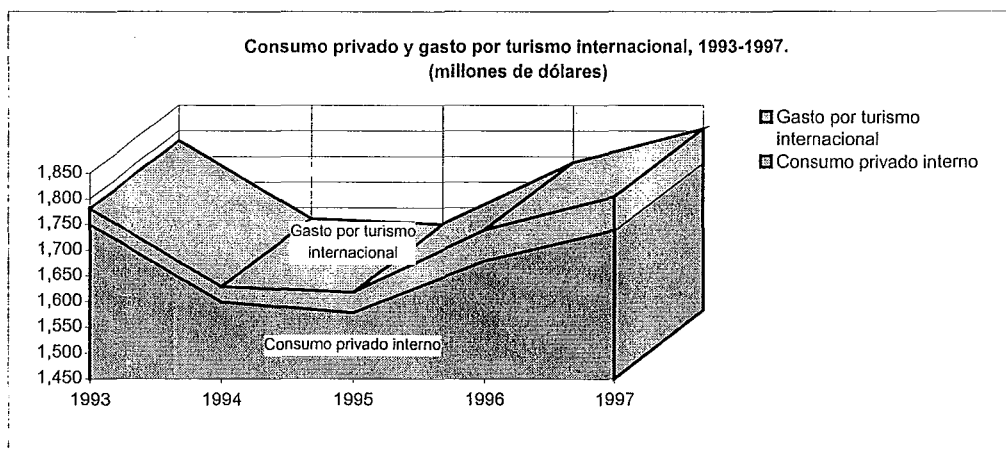
millones de dólares	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	1,749.6	1,598.5	1,577.6	1,678.3	1,738.7
Gasto por turismo internacional	31	30	40	60	65
Exportaciones bienes y servicios	367.2	452.6	644.1	807.1	914.2
exportaciones de bienes	267.0	351.2	530.3	674.9	746.1
exportaciones de servicios	100.2	101.4	113.8	132.2	168.1
Ingresos por turismo internacional	30	40	50	54	78
Saldo turismo internacional	-1	10	10	-6	13

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	100	100	100	100	100
Gasto por turismo internacional 1/	1.77	1.88	2.54	3.58	3.74
Exportaciones bienes y servicios 2	8.17	8.84	7.76	6.69	8.53
exportaciones de bienes	11.24	11.39	9.43	8.00	10.45
exportaciones de servicios	29.94	39.45	43.94	40.85	46.40
Ingresos por turismo internacional	-	-	-	-	-

1/ Es la proporción del gasto por turismo en el consumo privado.

2/ Es la proporción de los ingresos por turismo en las exportaciones.

Fuente: FMI, OMT.



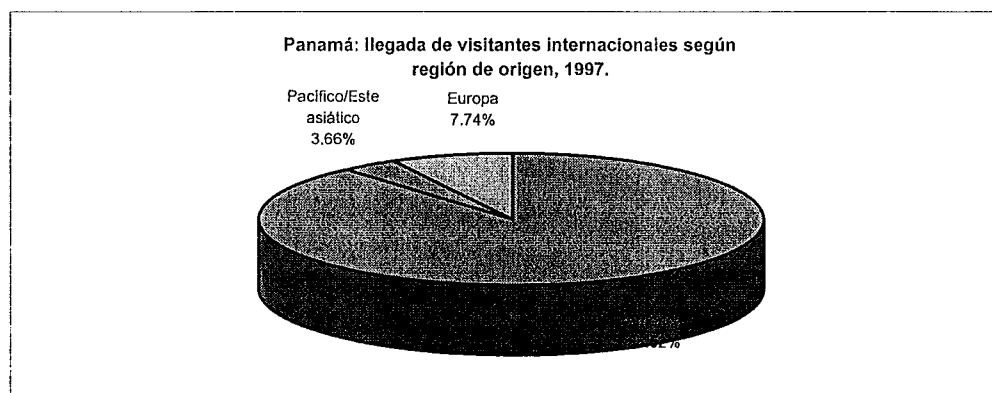
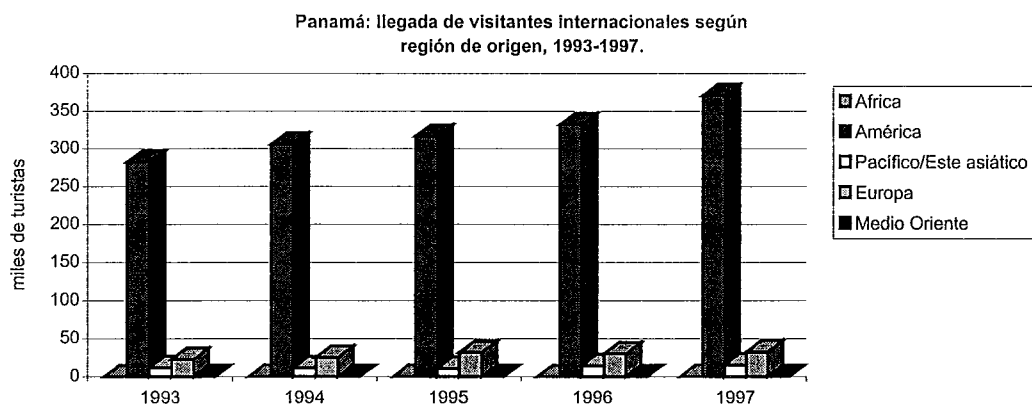
Cuadro 23

Panamá: Llegada de visitantes internacionales según región de origen, 1993-1997.

Región	1993	1994	1995	1996	1997
África	191	273	363	215	276
América	282,035	305,746	316,519	331,908	370,752
Pacífico/Este asiático	12,003	11,451	10,809	14,504	15,338
Europa	22,558	25,269	31,822	29,985	32,415
Medio Oriente	26	51	62	60	65
Total	316,813	342,790	359,575	376,672	418,846

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
África	0.06	0.08	0.10	0.06	0.07
América	89.02	89.19	88.03	88.12	88.52
Pacífico/Este asiático	3.79	3.34	3.01	3.85	3.66
Europa	7.12	7.37	8.85	7.96	7.74
Medio Oriente	0.01	0.01	0.02	0.02	0.02
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



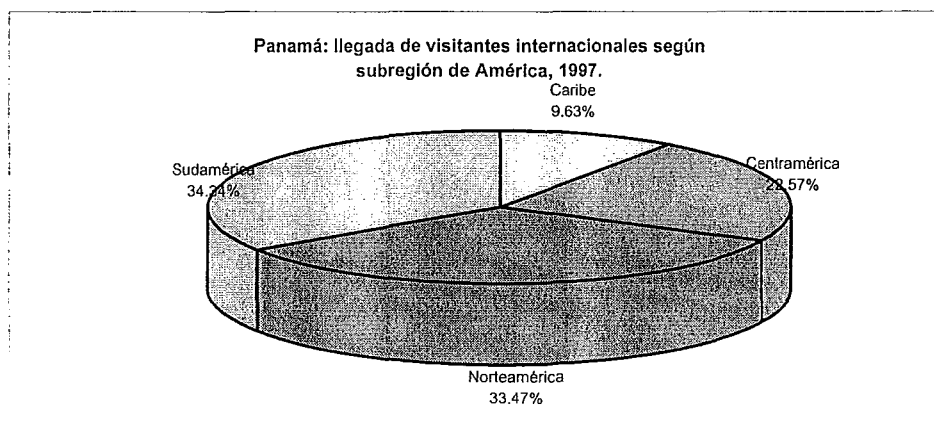
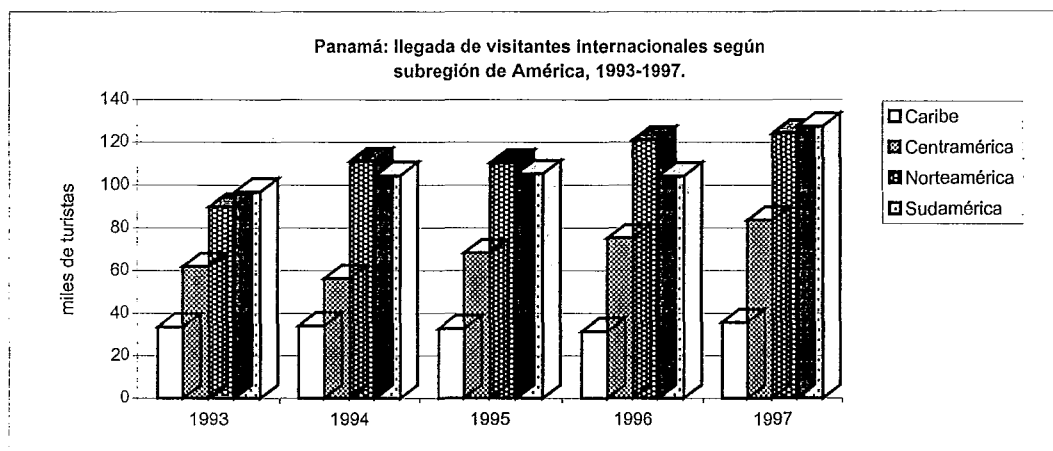
Cuadro 23.1.

Panamá: Llegada de visitantes internacionales
según subregión americana de origen, 1993-1997.

Subregión	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	33,516	34,120	32,683	31,458	35,690
Centramérica	61,895	56,260	68,250	75,214	83,662
Norteamérica	89,817	110,968	110,317	121,084	124,096
Sudamérica	96,807	104,398	105,269	104,152	127,304
Total	282,035	305,746	316,519	331,908	370,752

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
Caribe	11.88	11.16	10.33	9.48	9.63
Centramérica	21.95	18.40	21.56	22.66	22.57
Norteamérica	31.85	36.29	34.85	36.48	33.47
Sudamérica	34.32	34.15	33.26	31.38	34.34
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 23.2.

Panamá: indicadores seleccionados de turismo, 1993-1997.

	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de visitantes a/</i>					
por vía aérea	288	315	321	329	371
por vía terrestre	29	28	39	48	59
por vía marítima	48	51	57	66	74
por ocio, recreación y vacaciones	137	180	174	162	182
por profesional y negocios	109	97	111	129	140
por otros motivos	20	16	16	17	22
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles	8,871	9,093	9,226	10,025	11,452
Número de camas en hoteles	14,724	15,092	15,315	18,045	22,949

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de visitantes b/</i>					
por vía aérea	78.90	79.95	76.98	74.27	73.61
por vía terrestre	7.95	7.11	9.35	10.84	11.71
por vía marítima	13.15	12.94	13.67	14.90	14.68
por ocio, recreación y vacaciones	51.50	61.43	57.81	52.60	52.91
por profesional y negocios	40.98	33.11	36.88	41.88	40.70
por otros motivos	7.52	5.46	5.32	5.52	6.40
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles c/	13.04	12.28	11.39	11.34	13.80
Número de camas en hoteles d/	10.84	10.23	9.49	10.14	15.65

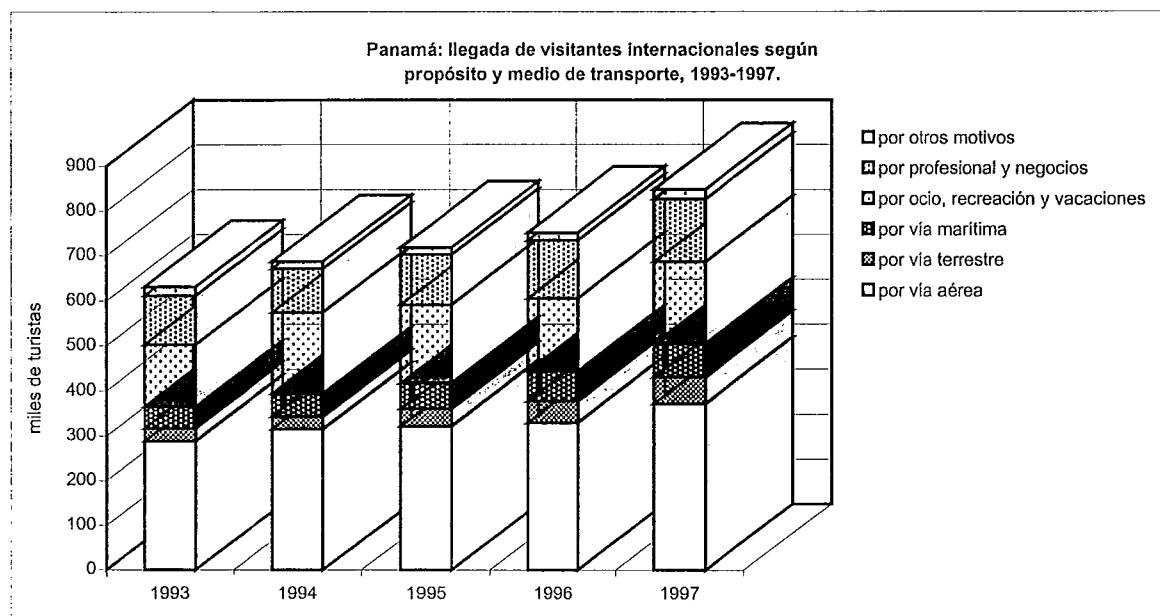
a/miles de turistas

b/participación en el total de llegadas al país

c/participación en el total de cuartos en todos los países

d/participación en el total de camas en todos los países

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 23.3

Panamá: indicadores seleccionados, 1993-1997.

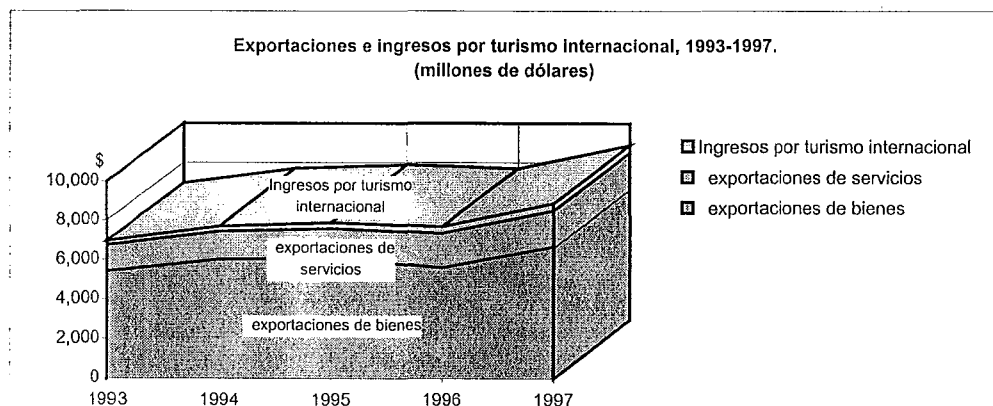
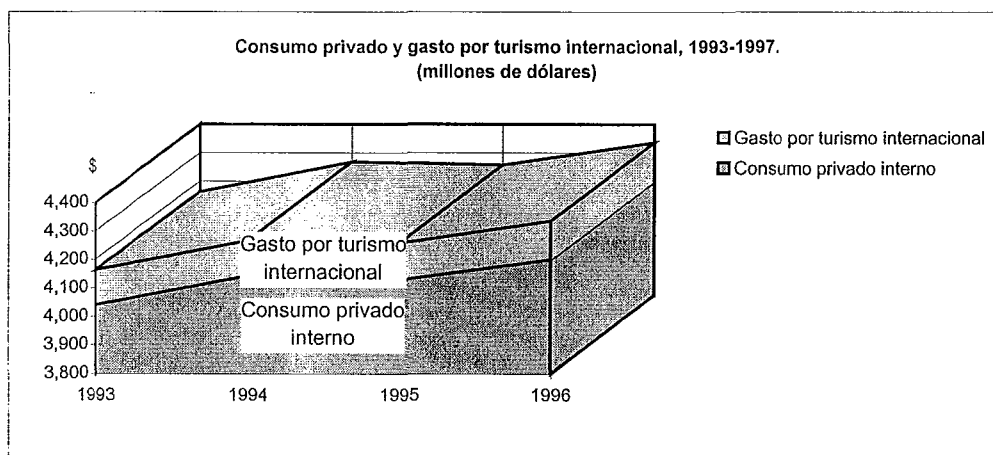
<i>millones de dólares</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	4,040.2	4,144.9	4,129.1	4,200.6	n.d
Gasto por turismo internacional	123	123	128	136	164
Exportaciones bienes y servicios	6,737.7	7,454.1	7,592.0	7,352.9	8,275.9
exportaciones de bienes	5,416.9	6,044.3	6,104.0	5,615.0	6,675.7
exportaciones de servicios	1,320.8	1,409.8	1,488.0	1,737.9	1,837.2
Ingresos por turismo internacional	226	262	310	343	374

<i>participación %</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	100	100	100	100	n.d
Gasto por turismo internacional 1/	3.04	2.97	3.10	3.24	n.d
Exportaciones bienes y servicios 2/	3.35	3.51	4.08	4.66	4.52
exportaciones de bienes	4.17	4.33	5.08	6.11	5.60
exportaciones de servicios	17.11	18.58	20.83	19.74	20.36
Ingresos por turismo internacional	-	-	-	-	-

1/ Es la proporción del gasto por turismo en el consumo privado.

2/ Es la proporción de los ingresos por turismo en las exportaciones.

Fuente: FMI, OMT, 1998.



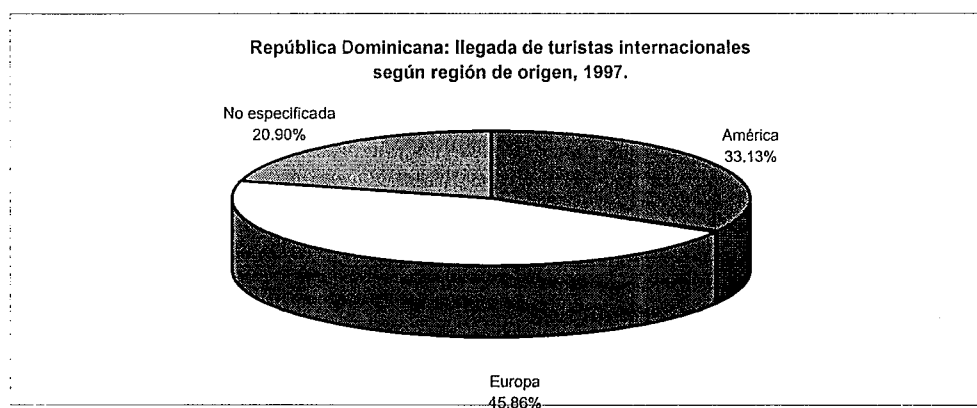
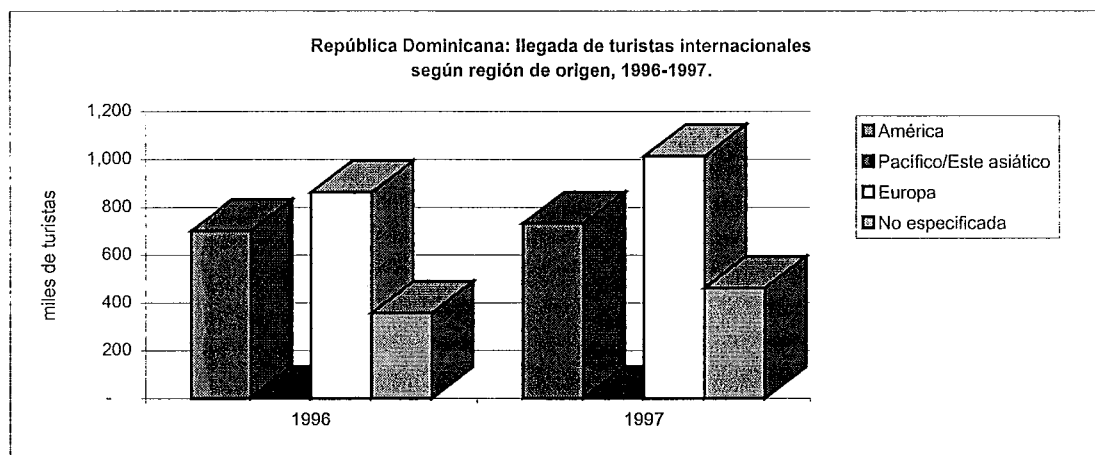
Cuadro 24.

República Dominicana: llegada de turistas internacionales
según región de origen, 1993-1997.

Región	1993	1994	1995	1996	1997
América				701,555	732,535
Pacífico/Este asiático				2,790	2,553
Europa				863,492	1,013,863
No especificada	1,608,579	1,716,789	1,775,873	358,163	462,049
Total	1,608,579	1,716,789	1,775,873	1,926,000	2,211,000

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
América				36.43	33.13
Pacífico/Este asiático				0.14	0.12
Europa				44.83	45.86
No especificada	100.00	100.00	100.00	18.60	20.90
Total	100	100	100	100	100

Fuente: OMT, 1998.



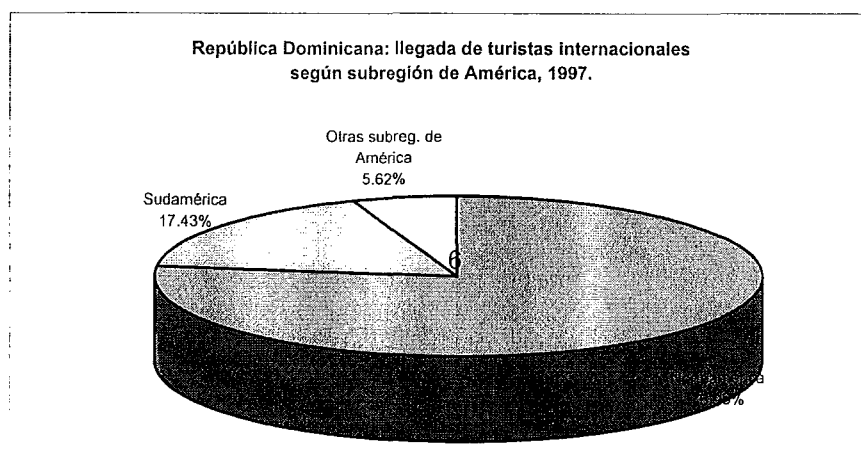
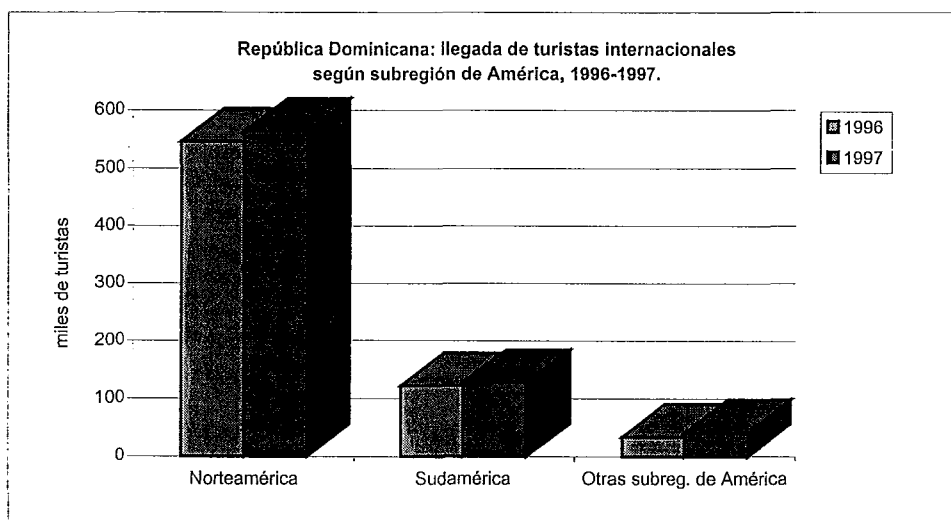
Cuadro 24.1.

República Dominicana: llegada de turistas internacionales según subregión americana de origen, 1993-1997.

Subregiones	1993	1994	1995	1996	1997
Norteamérica				545,882	563,704
Sudamérica				121,958	127,691
Otras subregiones de América				33,715	41,140
Total	n.d	n.d	n.d	701,555	732,535

participación (%)	1993	1994	1995	1996	1997
Norteamérica				77.81	76.95
Sudamérica				17.38	17.43
Otras subregiones de América				4.81	5.62
Total	n.d	n.d	n.d	100	100

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 24.2.

República Dominicana: indicadores seleccionados de turismo, 1993-1997.

	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas a/</i>					
por vía aérea	1,609	1,717	1,776	1,926	2,211
por vía terrestre					
por vía marítima					
por ocio, recreación y vacaciones	1,425			1,505	1,886
por profesional y negocios	166			122	99
por otros motivos	18			321	199
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles	26,801	28,967	32,475	35,729	38,250
Número de camas en hoteles	53,602	57,934	64,950	71,458	76,500

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Llegada de turistas b/</i>					
por vía aérea	100	100	100	100	100
por vía terrestre					
por vía marítima					
por ocio, recreación y vacaciones	88.56			77.26	86.36
por profesional y negocios	10.32			6.26	4.53
por otros motivos	1.12			16.48	9.11
<i>Oferta Hotelera</i>					
Número de cuartos en hoteles c/	39.39	39.12	40.09	40.42	46.11
Número de camas en hoteles d/	39.48	39.28	40.26	40.15	52.16

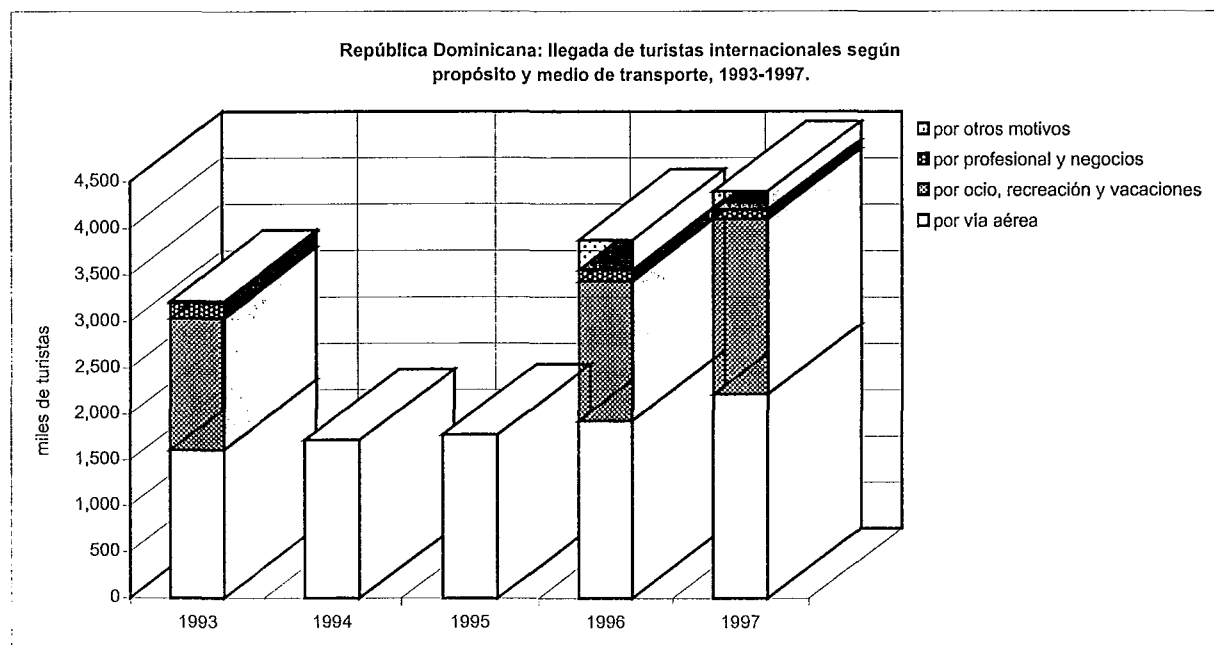
a/miles de turistas

b/participación en el total de llegadas al país

c/participación en el total de cuartos en todos los países

d/participación en el total de camas en todos los países

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 24.3

República Dominicana: indicadores seleccionados, 1993-1997.

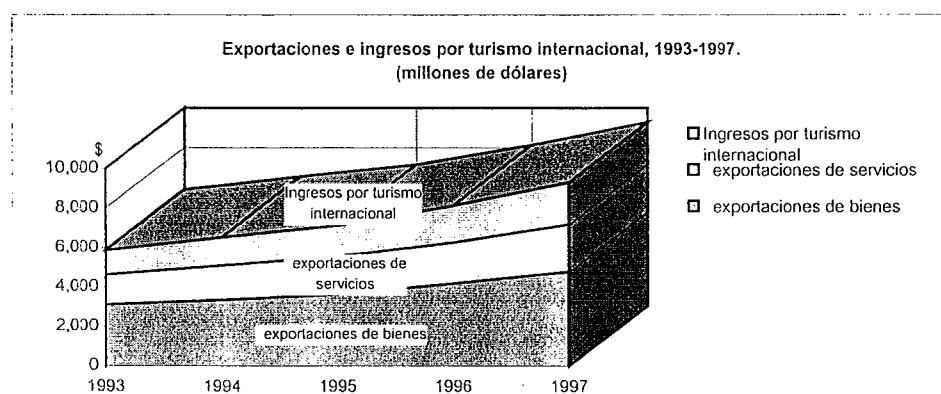
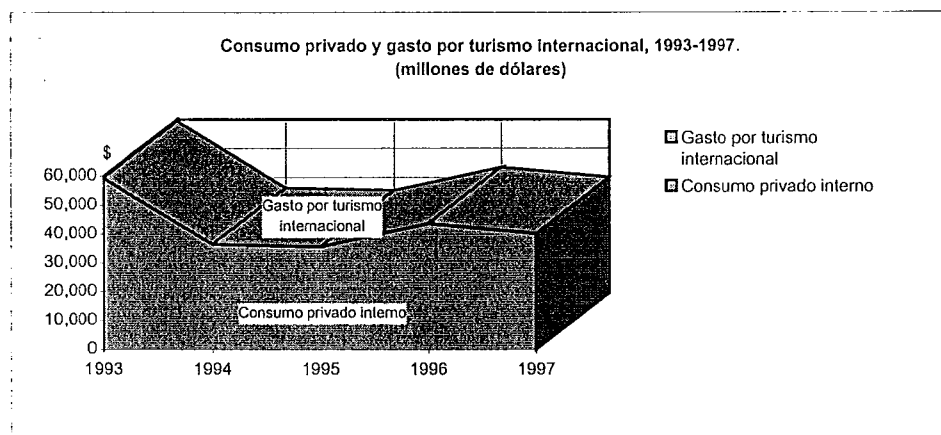
<i>millones de dólares</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	59,240.1	36,273.4	35,365.7	43,391.0	39,937.9
Gasto por turismo internacional	128	154	186	203	215
Exportaciones bienes y servicios	4,634.5	5,107.8	5,565.5	6,286.5	7,196.8
exportaciones de bienes	3,114.0	3,361.5	3,652.8	4,195.3	4,801.8
exportaciones de servicios	1,520.5	1,746.3	1,912.7	2,091.2	2,395.0
Ingresos por turismo internacional	1,246	1,428	1,576	1,842	2,106
Saldo turismo internacional	1,118	1,274	1,390	1,639	1,891

<i>proporción %</i>	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado interno	100	100	100	100	100
Gasto por turismo internacional 1/	0.22	0.42	0.53	0.47	0.54
Exportaciones bienes y servicios 2/	26.89	27.96	28.32	29.30	29.26
exportaciones de bienes	40.01	42.48	43.14	43.91	43.86
exportaciones de servicios	81.95	81.77	82.40	88.08	87.93
Ingresos por turismo internacional	-	-	-	-	-

1/ Es la proporción del gasto por turismo en el consumo privado.

2/ Es la proporción de los ingresos por turismo en las exportaciones.

Fuente: FMI, OMT, 1998.



Cuadro 25.

Centroamérica y República Dominicana: llegada de turistas internacionales 1/
a la región según origen, 1993-1997.

Región	1993 2/	1994	1995	1996	1997 3/
Africa	972	1,281	1,283	1,422	1,297
América	1,721,579	1,897,156	2,075,721	2,809,340	2,872,155
Pacífico/Este asiático	44,172	46,767	52,572	61,121	59,084
Europa	310,597	342,711	358,432	1,216,782	1,352,274
Medio Oriente	347	395	478	411	125
Sur asiático	1,051	523	724	677	636
No especificada	1,612,789	1,722,068	1,781,493	362,977	466,867
Total 4/	3,691,507	4,010,901	4,270,703	4,452,730	4,752,438

participación %	1993	1994	1995	1996	1997
Africa	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
América	46.64	47.30	48.60	63.09	60.44
Pacífico/Este asiático	1.20	1.17	1.23	1.37	1.24
Europa	8.41	8.54	8.39	27.33	28.45
Medio Oriente	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00
Sur asiático	0.03	0.01	0.02	0.02	0.01
No especificada	43.69	42.93	41.71	8.15	9.82
Total	100	100	100	100	100

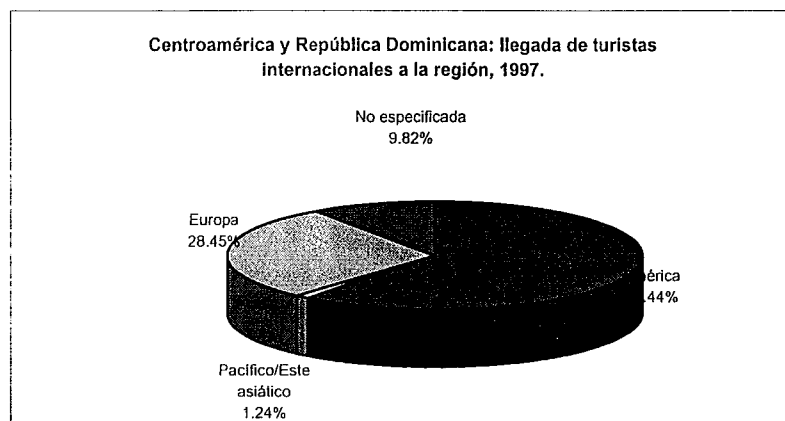
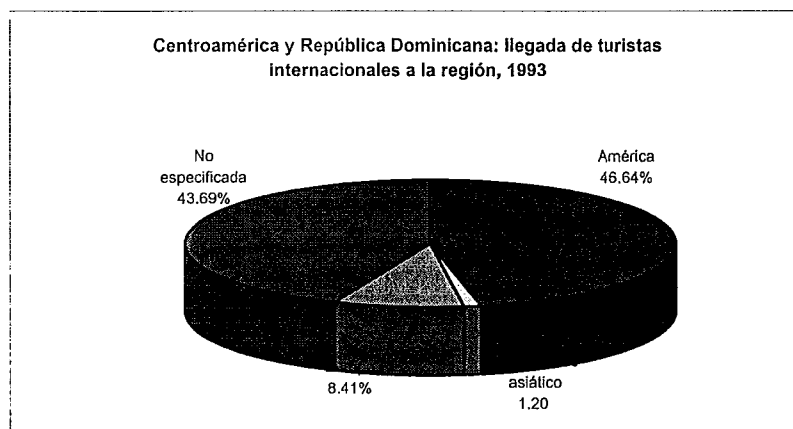
1/para Honduras y Panamá se considera la llegada de visitantes (turistas y excursionistas).

2/para El Salvador se refiere en este año sólo a la llegada de turistas a hoteles y establecimientos similares.

3/no se consideran los datos no disponibles para este año de Honduras.

4/es el total de llegadas a los siete países considerados

Fuente: OMT, 1998.



Cuadro 26.

Centroamérica y República Dominicana: llegada de turistas internacionales 1/ a la región según subregión de América, 1993-1997.

Subregión	1993 2/	1994	1995	1996	1997 3/
Caribe	47,031	49,492	48,493	592,429	613,699
Centro América	715,069	765,109	826,796	1,020,994	1,033,733
Norte América	759,946	865,364	977,549	940,927	944,497
Sudamérica	198,362	217,191	222,883	254,990	280,226
Total 4/	1,720,408	1,897,156	2,075,721	2,809,340	2,872,155

participación %	1993 2/	1994	1995	1996	1997 3/
Caribe	2.73	2.61	2.34	21.09	21.37
Centro América	41.56	40.33	39.83	36.34	35.99
Norte América	44.17	45.61	47.09	33.49	32.88
Sudamérica	11.53	11.45	10.74	9.08	9.76
Total	100	100	100	100	100

1/para Honduras y Panamá se considera la llegada de visitantes (turistas y excursionistas).

2/para El Salvador se refiere en este año sólo a la llegada de turistas a hoteles y establecimientos similares.

3/no se consideran los datos no disponibles para este año de Honduras.

4/es el total de llegadas a los siete países considerados.

Fuente: OMT, 1998.

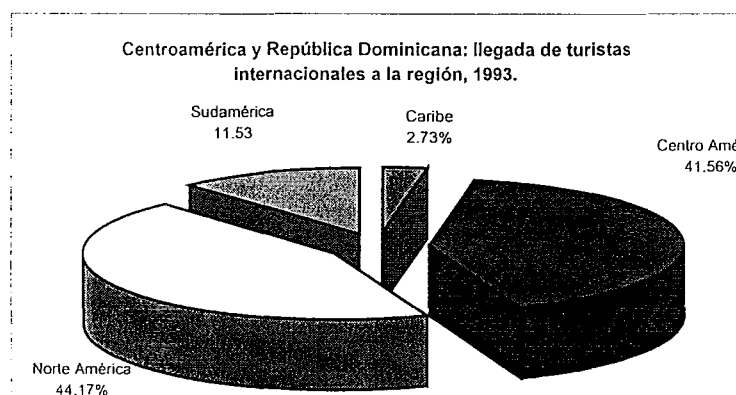


Gráfico 8.
Centroamérica y República Dominicana: oferta hotelera, 1993-1997.
(número de cuartos en hoteles)

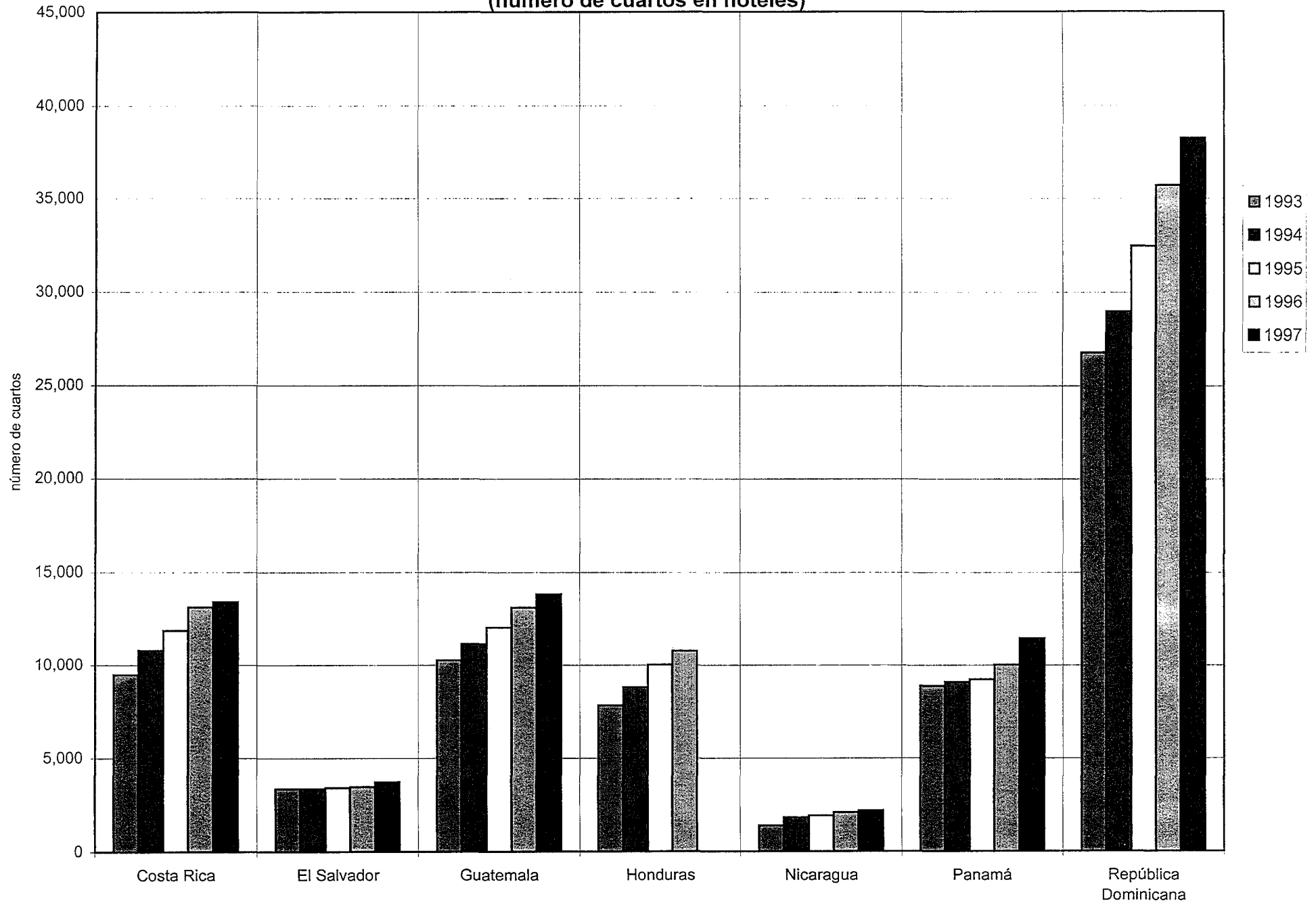


Gráfico 9.
Centroamérica y República Dominicana: oferta hotelera, 1993-1997.
(número de camas en hoteles)

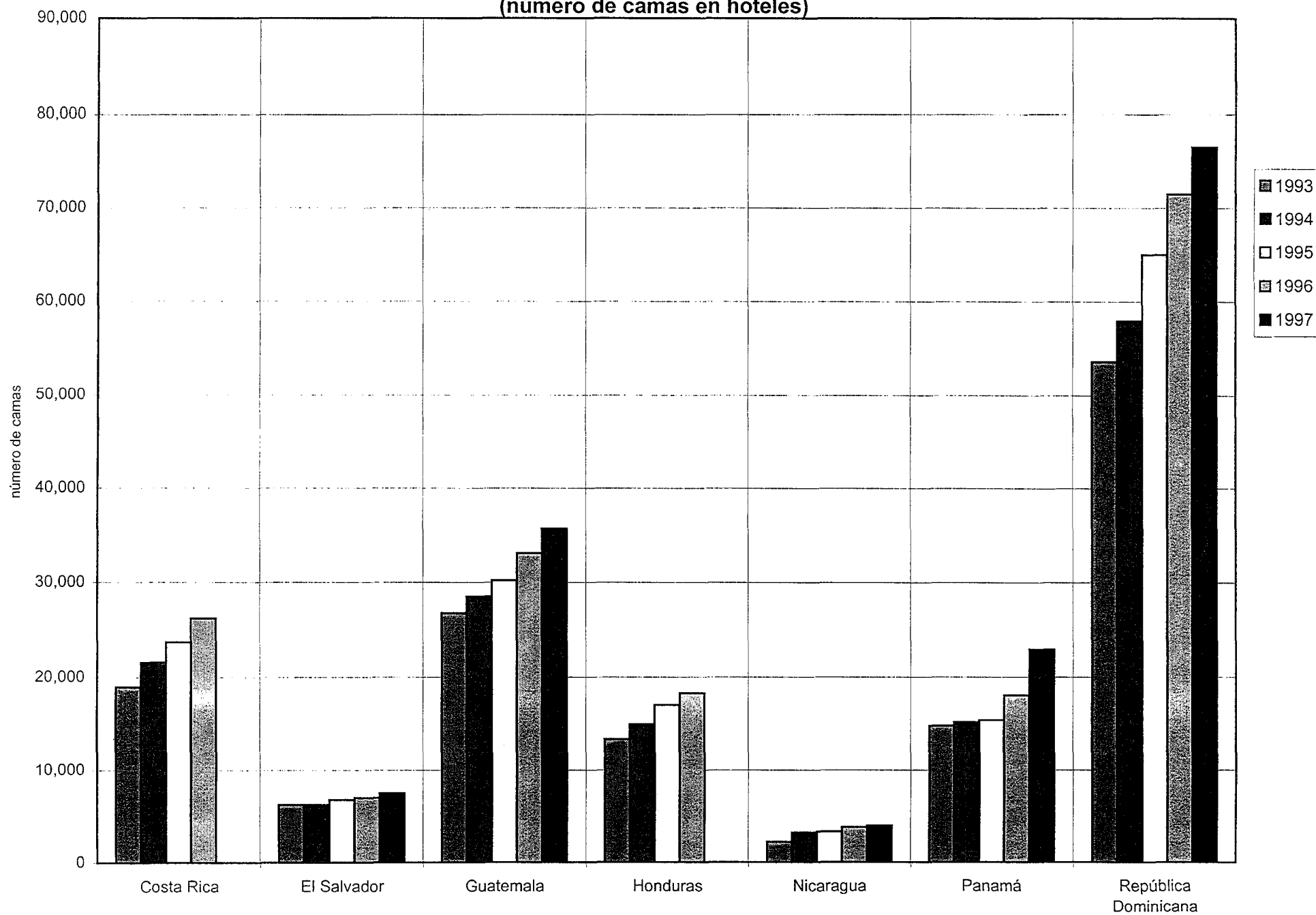
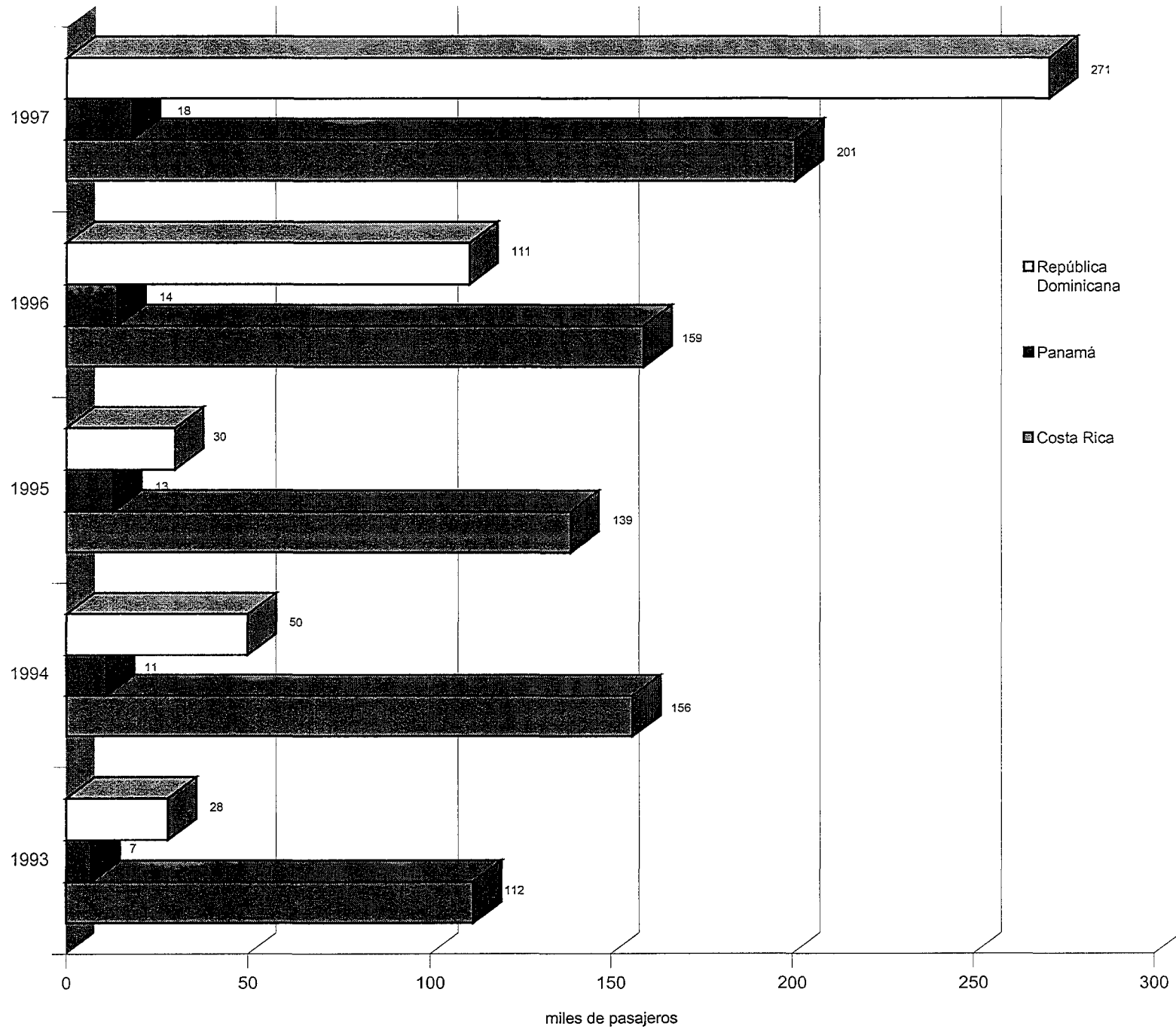
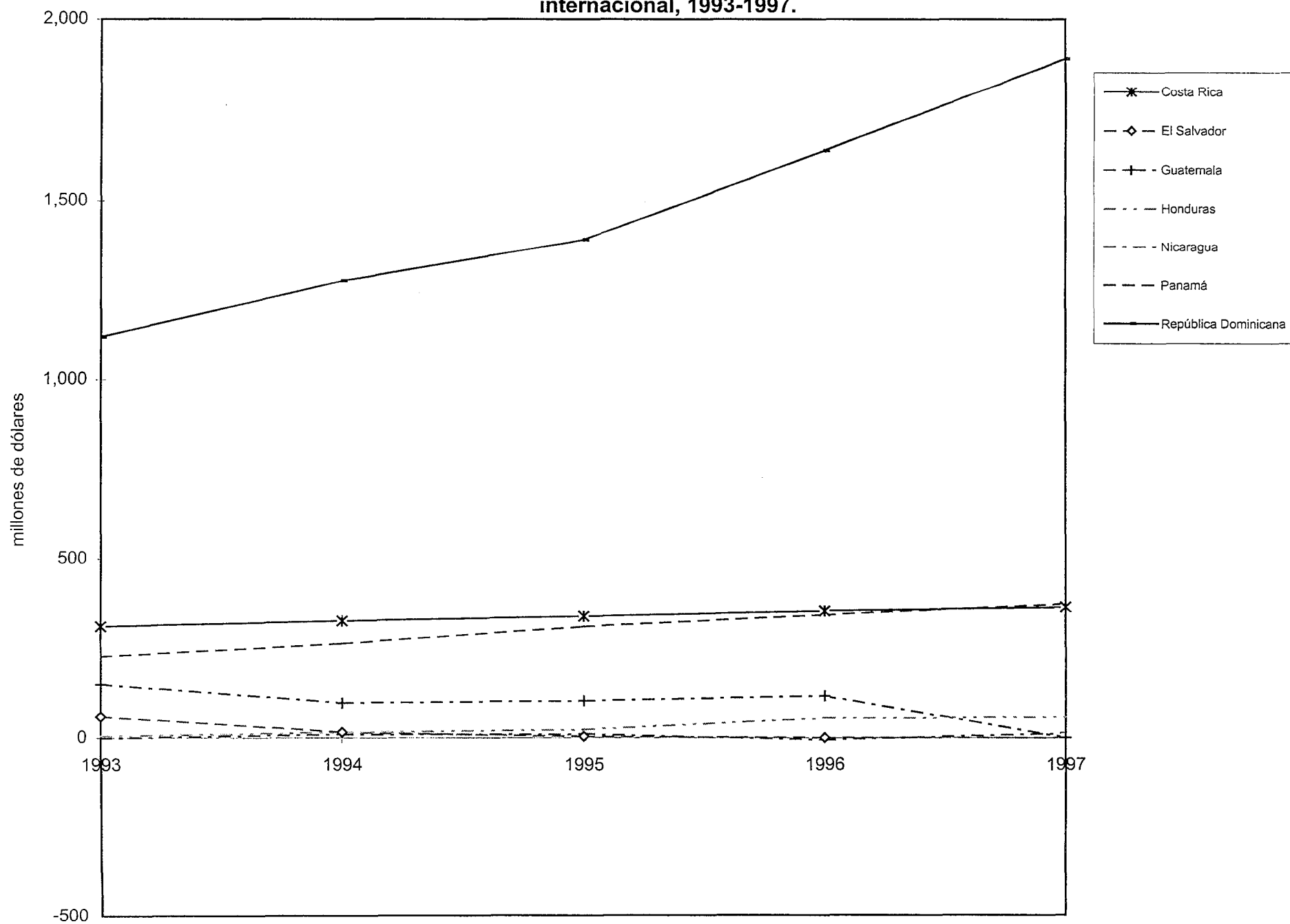


Gráfico 10.
Llegada de pasajeros de crucero, 1993-1997.



Gráfica 11.
Centroamérica y República Dominicana: saldo por turismo
internacional, 1993-1997.



Cuadro 27.

Turismo regional, 1993-1995.

Llegada de turistas internacionales.

	miles de turistas			participación %		
	1993	1994	1995 ^{2/}	1993	1994	1995
México 1/	2,021	1,927	2,305	11.75	10.69	12.17
Costa Rica	684	761	785	3.98	4.22	4.14
El Salvador	267	181	235	1.55	1.00	1.24
Guatemala	562	537	563	3.27	2.98	2.97
Honduras	222	228	264	1.29	1.27	1.39
Nicaragua	198	238	281	1.15	1.32	1.48
Panamá	300	324	345	1.74	1.80	1.82
Belice	117	129	131	0.68	0.72	0.69
Centro América	2,350	2,398	2,604	13.66	13.31	13.74
Caribe 3/	11,225	11,977	12,261	65.24	66.47	64.72
Rep. Dominicana	1,609	1,717	1,776	9.35	9.53	9.37
Total regional	17,205	18,019	18,946	100	100	100
Total América	103,758	106,571	110,612	16.58*	16.91*	17.13*
Total mundial	518,074	549,611	563,604	3.32*	3.28*	3.36*

1/llegada de turistas extranjeros al destino Mundo Maya. SECTUR.

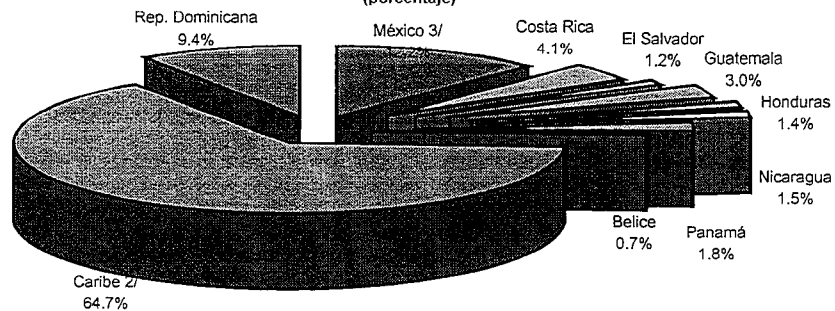
2/se considera sólo hasta este año ya que no se dispone de posteriores datos para México-Mundo Maya

3/sin incluir a República Dominicana.

*es la participación del total regional en el total de América y en el total mundial, respectivamente.

Fuente: OMT, 1998.

Gráfico 12.a
Llegada de turistas internacionales.
Participación de mercado^{1/}, 1995.
(porcentaje)

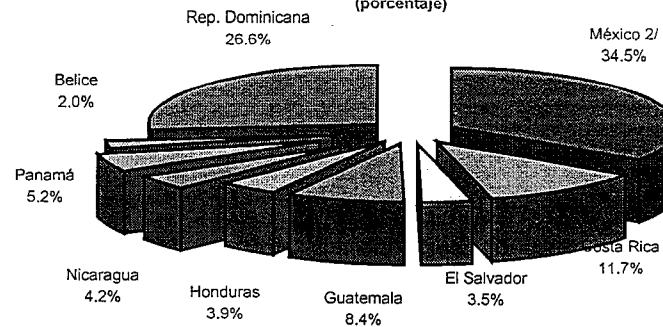


1/Conformado por las zonas geográficas de Centro América, el Caribe, México-Mundo Maya y Rep. Dominicana.

2/No incluye a Rep. Dominicana.

3/Llegada de turistas extranjeros al destino Mundo Maya.

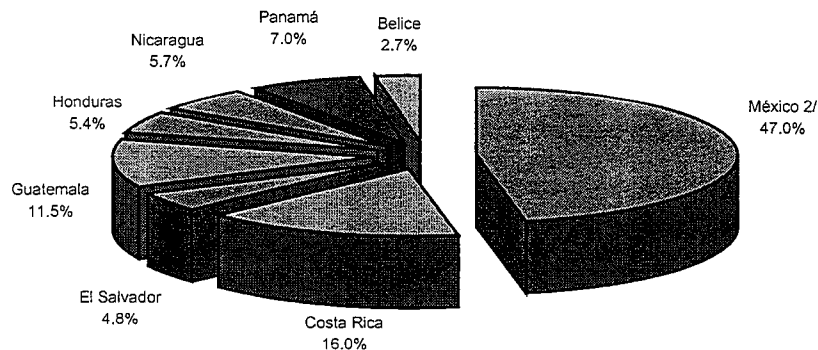
Gráfico 12.b
Llegada de turistas internacionales.
Participación de mercado^{1/}, 1995.
(porcentaje)



1/Conformado por las zonas geográficas de Centro América, México-Mundo Maya y Rep. Dominicana.

2/Llegada de turistas extranjeros al destino Mundo Maya.

Gráfico 12.c
Llegada de turistas internacionales. Participación de mercado^{1/}, 1995.
(porcentaje)



1/Conformado por las zonas geográficas de Centro América y México-Mundo Maya.

2/Llegada de turistas extranjeros al destino Mundo Maya.